

แผนธุรกิจบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์จำกัด

Business Plan for Surin Steel Center Company Limited



แผนธุรกิจบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์จำกัด
Business Plan for Surin Steal Center Company Limited



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2561

อภิชน ดำรงสันติสุข

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด

ผู้วิจัย อภิชน ดำรงสันติสุข

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
สุนทรา ชีวรัตน์กุล

(ดร.สุนทรา ชีวรัตน์กุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
Ch

(ดร.ชุตีมาวดี ทองจีน)

.....
อรุณ บุญ

(ดร.คັນสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 6 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2560

อภิชน ดำรงสันติสุข. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
ธันวาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด (40 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. สุมนา ธีรกิตติกุล

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในกิจการจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
ในอนาคต และศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนของธุรกิจที่ต้องลงทุนเพิ่มในหลายส่วนของบริษัท และ
ศึกษาช่องทางและสินค้าชนิดใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าทั้งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดใกล้เคียง และ
ลูกค้าจากประเทศกัมพูชาที่มีกำลังซื้อที่สูงซึ่งถือเป็นโอกาสใหม่ทางธุรกิจเช่นกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้
ได้ใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 20 ชุด สัมภาษณ์ลูกค้าประจำของบริษัท ที่สั่งซื้อสินค้าและบริการกับ
บริษัท และการสังเกตการณ์บริษัทคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงจำนวน 2 บริษัท

โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าประจำพบว่า สิ่งสำคัญที่ลูกค้าพึงพอใจในการมาใช้บริการที่บริษัท
คือ ความรวดเร็วของการบริการ และ การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงระหว่างผู้บริหารและลูกค้าที่มีความ
ใกล้ชิดและเป็นกันเอง โดยผู้บริหารสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของ
บริษัท รวมถึงสินค้าที่บริษัทนำมาจำหน่ายสามารถตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าและบริการของเรา และการซื้อขายเงินสด ทำให้ลูกค้า
ได้รับราคาที่ดีกว่าร้านค้าที่ใช้ระบบเครดิต ที่ราคาจะทำการบวกเครดิตเพิ่มเติม ในส่วนของการลงทุน
นั้นลูกค้าเห็นด้วยกับการลงทุนเครื่องจักรใหม่เพราะสามารถผลิตและนำเสนอสินค้าใหม่สู่ตลาดได้
สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเพราะยังไม่มีบริษัทที่ลงทุนเครื่องจักรแบบนี้ในท้องถิ่น

จากการสังเกตการณ์พบว่าบริษัททั้ง 2 ร้านค้า ใช้ระบบพนักงานเป็นผู้ขายสินค้าเองจึงทำให้
เกิดการรั่วไหลของเงินและสินค้าอยู่ตลอดเวลา และการที่สินค้าที่มีความเหมือนกันกับคู่แข่งหลาย
รายการทำให้มีการแข่งขันด้านราคาที่สูง รวมถึงการบริการที่มีความคล้ายคลึงกันและวิธีการขายที่
เหมือนกัน จึงส่งผลให้ลูกค้าเน้นเรื่องของการบริการที่รวดเร็ว และสะดวกสบายที่สุดเป็นหลัก จึงทำ
ให้การบริการถือเป็นจุดอ่อนของทั้ง 2 บริษัท เพราะไม่สามารถควบคุมระดับการบริการให้ดีได้
เนื่องจากขั้นตอนการสั่งงานที่มีหลายขั้นตอน และ จำนวนของพนักงานที่มากจนขาดการควบคุมดูแล
ให้ดีขึ้น

โดยผลของการสัมภาษณ์นั้นแสดงให้เห็นว่า บริษัทของเรามีจุดแข็งด้านบริการที่แข็งแกร่ง
และเมื่อสังเกตการณ์บริษัทคู่แข่งแล้วถือว่าเราได้เปรียบในจุดนี้อยู่มาก แต่เนื่องจากสินค้าที่มีความ
คล้ายคลึงกันจึงทำให้การลงทุนในเครื่องจักรนั้นตอบโจทย์บริษัทมากที่สุดเพราะสามารถเพิ่มอำนาจ

การแข่งขัน และสินค้าใหม่ให้มีความแตกต่างจากสินค้าเดิมได้ ดังนั้นบริษัทจึงควรลงทุนและรักษา
มาตรฐานการบริการให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ความคุ้มค่าในการลงทุน, สินค้าใหม่, การบริการที่ดี, การแข่งขันด้านราคา



Damrongsuntisuk, A. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), December 2017,
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Surin Steel Center Company Limited (40 pp.)

Advisor : Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study was to find out if the investment of the Construction Material business possibility in the future would be likely to establish the Surin Steel Center Co., Ltd when assessing Cost Effectiveness on increasing funds for excessive parts in this operational business company was required and carry out if distributional channels from surveys as many as newly kinds of products to suit the needs of Surin-based, nearby and even Cambodia-based powerful clients would really be a business opportunity. 20 Interview Surveys for regular customers who made current orders and were being served under its service tasks and observation made on the two-competitive close-by companies were used.

According to the Interview surveys, it was found that the strength point described by responsive demands on based services and personal interactions with close relationship regarding resourceful advices between the manager and the regular customer were rated high by the satisfied customers. Moreover, it was suggested that the construction material from clients' orders were suited toward their demands and required services at the time while cash payment made by its regular clients had rewarded the satisfactory discount rate over the credit payment used by the other two competitive companies. Regarding the capital investment, the modern machines for its productivity along with trendy material designs were rated high by the regular customers since its investment would locally keep distinctive image maintainable over the two business competitors.

In addition, the responsive acts and convenience system of the said company limited collected by interview surveys were rated high as the strength point in term of 'good service' by the satisfied customers when compared to the other two competitive firms of which many shop vendors as sales persons whose service

performances were hard to be controlled were preferable to use them for their customer service. However, the nature of the business services among themselves was comparatively similar in business sectors, hence, the design of modern production machines would be the most practical idea to maintain and keep away its business status; best performance over the two compared competitors. In consequence, the said company limited should put some investment on tool capital in order that a standardized service as its standard implementation would be kept for consistently improvement scales.

Keywords : Cost Effectiveness, New products, Good service, Competitive price



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ให้คำชี้แนะ ความรู้ แนวทางการค้นคว้าวิจัย รวมถึงการตรวจทานความถูกต้องของการค้นคว้าอิสระนี้ ตลอดจนการค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงเป็นที่เรียบร้อยสมบูรณ์ รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ระหว่างที่ศึกษาจนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาประกอบและใจศึกษาในการค้นคว้าจนสำเร็จลุล่วง และความกรุณาจากผู้บริหารบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัดที่ให้ข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

อภิชน ดำรงสันติสุข



สารบัญ

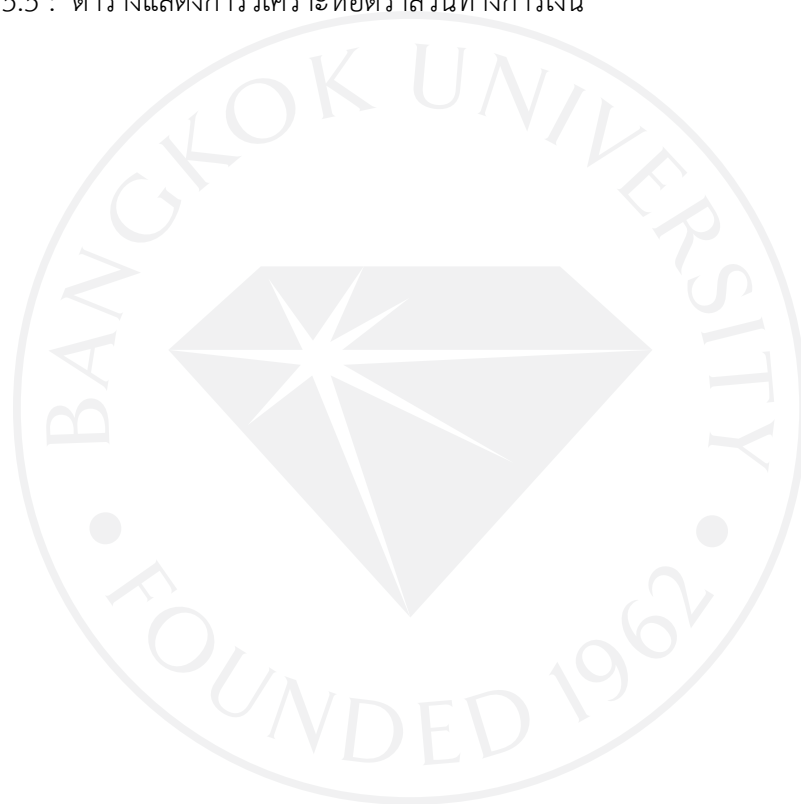
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 การแนะนำธุรกิจ และแผนธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของธุรกิจ	1
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายของธุรกิจ	1
1.4 สถานที่ตั้ง	2
1.5 ประเภทของสินค้า	3
1.6 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่นำมาใช้	5
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	5
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	6
2.4 กรอบแนวความคิด	10
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	8
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	10
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ	12
บทที่ 4 โมเดลในการทำธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจ	13
4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภท	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรบุคคล	17
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	18
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิต และจัดซื้อ	23
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน	24
5.5 สรุปผล	29
บรรณานุกรม	31
ภาคผนวก	32
ประวัติผู้เขียน	40
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

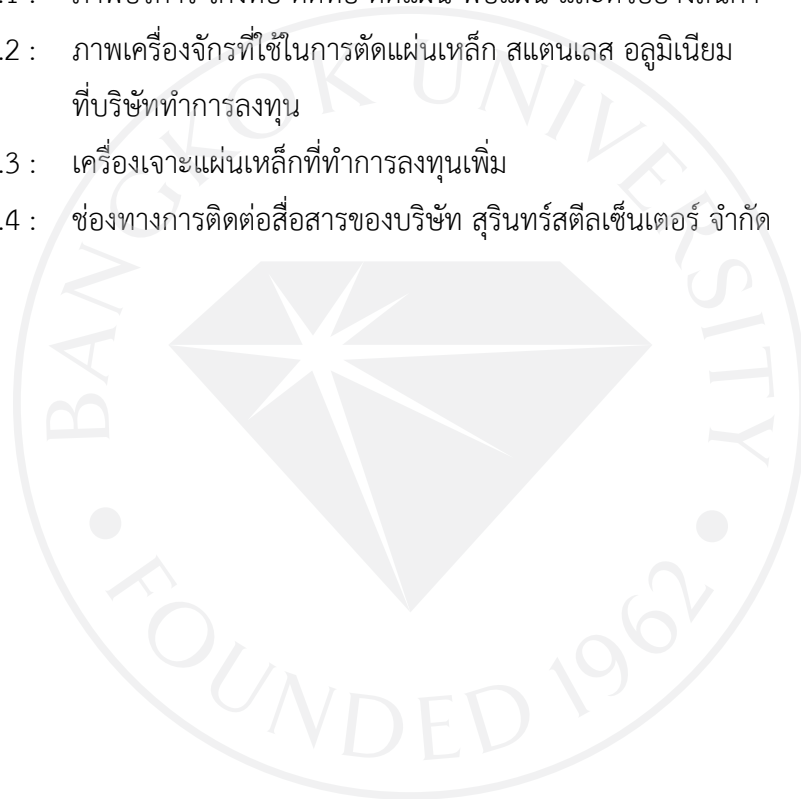
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	26
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงยอดขาย	27
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงการประมาณการ ต้นทุนขาย	27
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	28
ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	28



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : สถานที่ตั้งบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด	2
ภาพที่ 1.2 : ภาพด้านหน้าบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด	3
ภาพที่ 1.3 : สินค้าที่จำหน่ายที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด	3
ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas	13
ภาพที่ 5.1 : ภาพบริการ โค้งท่อ ดัดท่อ ตัดแผ่น พับแผ่น และตัวอย่างสินค้า	19
ภาพที่ 5.2 : ภาพเครื่องจักรที่ใช้ในการตัดแผ่นเหล็ก สแตนเลส อลูมิเนียม ที่บริษัททำการลงทุน	20
ภาพที่ 5.3 : เครื่องเจาะแผ่นเหล็กที่ทำการลงทุนเพิ่ม	21
ภาพที่ 5.4 : ช่องทางการติดต่อสื่อสารของบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด	22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และ บริการ ตัด ดัด พับ ม้วนเหล็ก ดำเนินธุรกิจมาแล้วกว่า 20 ปี โดยดำเนินธุรกิจด้วยชื่อ ร้านสุรินทร์ค้าเหล็ก ก่อนจะเปลี่ยนมาเป็นชื่อ ปัจจุบัน โดยบริษัท จำหน่าย เหล็กรูปพรรณ สแตนเลส แผ่นเหล็ก แผ่นสแตนเลส อัลลอย ประตุม้วน สำเร็จ โดยเน้นจำหน่ายปลีกเป็นหลัก

1.2 ที่มาของธุรกิจ

ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนี้เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 โดยใช้ชื่อว่า ร้านสุรินทร์ค้าเหล็ก เริ่มต้นมาจากบิดาที่เริ่มธุรกิจนี้จากการที่เห็นว่า ในตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ ยังมีร้านจำหน่ายวัสดุ ก่อสร้างน้อย จึงเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ โดยเริ่มต้นจากจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ เป็นสิ่งแรก และได้เพิ่มความหลากหลายของสินค้าขึ้นมาโดยตลอดจากความต้องการของลูกค้า และ ตลาดเป็นหลัก เมื่อดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่ง จนพื้นที่ร้านเกิดความแออัด ซึ่งร้านเก่านั้นเป็นเพียงห้อง แแถวสองห้องใจกลางเมือง จึงต้องขยายขยายออกมาจากตัวเมืองประมาณ 1 กิโลเมตร จึงได้ใช้ชื่อ บริษัทว่า สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด และดำเนินกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ของธุรกิจ

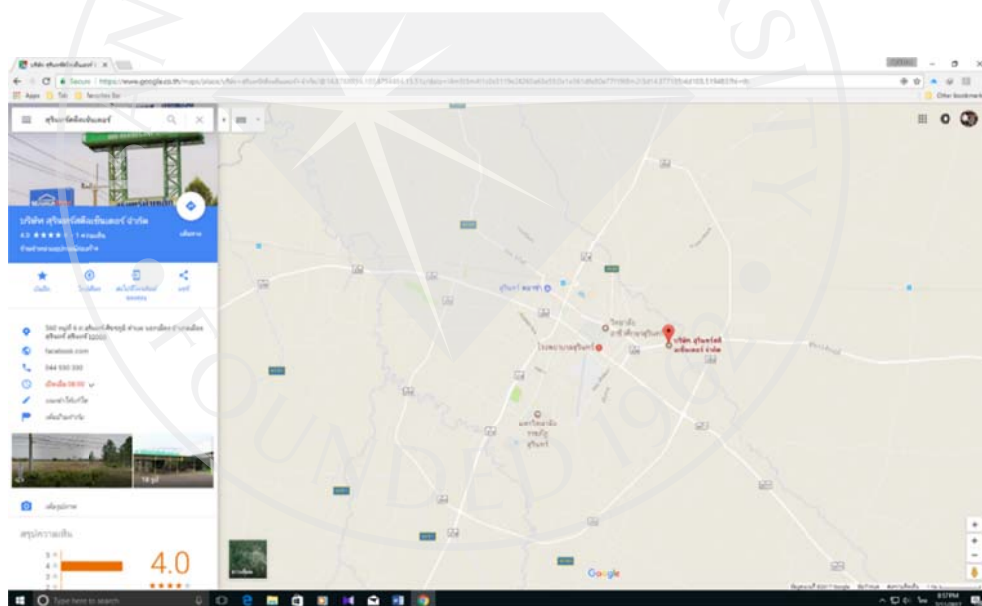
เนื่องจากสภาพการแข่งขันของธุรกิจประเภทนี้ มีการแข่งขันที่สูงมาก สูงขึ้นจากเมื่อสิบปี ก่อนอย่างมาก เป็นผลมาจากการเจริญเติบโตของเมืองสุรินทร์ การค้าขายชายแดน ระหว่างไทย กับ กัมพูชา และ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้มีการลงทุนเป็นจำนวนมากที่จังหวัดสุรินทร์ เพราะนั่นเองทำให้การขยายธุรกิจเพื่อรองรับความเจริญของตัวจังหวัดมีความสำคัญอย่างมากที่สุด แต่ถ้ามองถึงเรื่องการขยายอย่างเดียวยังอาจไม่พอ เพราะสินค้าที่มีอยู่ในท้องที่นั้นเป็นสินค้าที่ท้องตลาด คู่แข่งอยู่แล้ว มีการแข่งขันด้านราคาที่สูง กว่าจะถึงลดลงอยู่ตลอด ดังนั้นนอกจากการขยายบริษัทแล้ว ยังต้องจัดหาสินค้าใหม่ๆที่สามารถตอบใจลูกค้า และ ตลาดทั้งในท้องที่ รวมถึงตลาดแห่งใหม่ทาง ฝั่งกัมพูชานั้นเอง โดยการดำเนินงานในอนาคต บริษัทจะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเพิ่ม กระบวนการผลิตสินค้าบางประเภท และช่วยตรวจสอบสินค้าคงเหลือสำหรับการจำหน่ายให้แม่นยำ ยิ่งขึ้น ในส่วนนี้จึงทำให้มีความจำเป็นที่เราต้องเพิ่มระบบ และ สินค้าใหม่เข้ามาทดแทนสินค้าเดิม

เป้าหมายหลักของการทำแผนธุรกิจนี้คือ การขยายช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลายมากขึ้น และ เพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่หลากหลายในปัจจุบัน การรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด การเพิ่มความสามารถในการติดต่อกับลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ บริษัทจึงได้จัดทำ Line และ Facebook ของบริษัทขึ้นมา รวมถึง Google Business เมื่อลูกค้าค้นหาไปในเว็บ ก็สามารถพบชื่อร้านได้เลย ในโลกยุคปัจจุบันข้อมูล และข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นช่องทางดังกล่าวจัดทำขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยุคสมัยนั่นเอง

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ยังมีการลงทุนในส่วนของเครื่องจักรเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากยิ่งขึ้นนอกจากจำหน่ายสินค้าเพียงอย่างเดียว

1.4 สถานที่ตั้ง

ภาพที่ 1.1 : สถานที่ตั้งบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด



บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ ถนน สุรินทร์ - ศีขรภูมิ ถนนสายนี้เป็นทางผ่านระหว่างจังหวัดสุรินทร์ ไปยังจังหวัด ศรีสะเกษ และ อุบลราชธานี จึงเป็นถนนที่มีความคับคั่งมาก เส้นทางนี้ของจังหวัดสุรินทร์ ในด้านการเดินทางนั้น ร้านอยู่ไม่ไกลจาก ถนนสายเลี่ยงเมืองสุรินทร์ จึงสะดวกต่อการเดินทางอย่างมาก ในส่วนของจุดสังเกตร้านนั้น สังเกตได้ง่ายมาก เพราะจะอยู่ฝั่งตรงข้ามกับ โฮมโปร สาขาสุรินทร์ นั่นเอง

ภาพที่ 1.2 : ภาพด้านหน้าบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด



1.5 ประเภทของสินค้า

ภาพที่ 1.3 : สินค้าที่จำหน่ายที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด

เหล็กเส้น



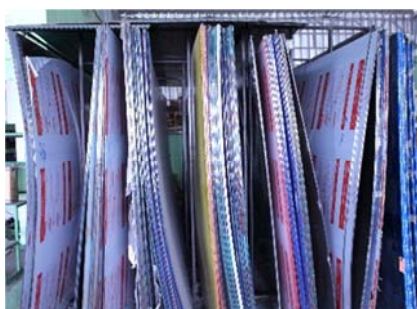
สีน้ำมัน



เหล็กเส้น



แผ่นโพลีคาร์บอเนต



(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 1.3 (ต่อ) : สินค้าที่จำหน่ายที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด

เหล็กรูปพรรณ



ประตูม้วน



1.6 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน

1. การจัดทำแผนธุรกิจนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจในอนาคต ทั้งความเป็นไปได้ของการขยายกิจการ และ การศึกษาสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ตลาดให้มากที่สุด
2. การจัดทำแผนในครั้งนี้อาจทำขึ้นตามหลักความเป็นจริง จากการดำเนินธุรกิจที่มีอยู่จริง และ ทิศทางของตลาดที่สอบถามและสังเกตจากสถานที่จริง ดังนั้น เมื่อแผนนี้สำเร็จจึงสามารถที่จะนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างที่เสนอไปนั่นเอง

บทที่ 2

วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ

2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

เนื่องด้วยแผนธุรกิจนี้เป็นการวางแผนการขยายกิจการของบริษัท และเป็นการหาสินค้า หรือ บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งในและนอกพื้นที่ จึงเน้นข้อมูลในส่วนของ ความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งการที่จะทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคนั้น เราจำเป็นที่ จะต้องทำการสำรวจความต้องการของตลาดก่อน เพื่อทราบถึงทิศทางการบริโภคของสินค้า ว่าไปใน ทิศทางใด และผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้าประเภทใดเป็นพิเศษหรือไม่ จึงลำดับข้อมูลที่จะนำไปใช้ ดังนี้

1. ความต้องการของผู้บริโภค ทั้งความต้องการหลัก และความต้องการแฝง
2. สภาพการแข่งขันในตลาด ทั้งคู่แข่งภายใน และ ภายนอกพื้นที่
3. สถานที่ตั้งเหมาะสมกับการแข่งขันหรือไม่
4. ระบบการจัดการสินค้า และ บริการ
5. สินค้าที่มีอยู่ตอบโจทย์หรือไม่
6. จุดแข็ง จุดอ่อน SWOT
7. Social Media
8. Customer Service

ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูล เช่น 4Ps, SWOT, Social Marketing นั้นถือเป็นข้อมูลที่ สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของบริษัท เพราะการเก็บข้อมูลจะทำให้ทราบถึงทิศ ทิศทางการดำเนินธุรกิจในอนาคต ช่วยทำให้การตัดสินใจสามารถทำได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น แต่ข้อมูลที่จะ สามารถนำไปใช้ได้ นั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้ข้อมูล และ วิธีการเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพนั่นเอง

2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ในส่วนของวิธีการเก็บข้อมูล ได้ทำการแบ่งการจัดเก็บข้อมูลออกเป็น 2 แบบ คือ การสอบถาม กลุ่มลูกค้าตัวอย่าง และการสังเกตการณ์

การสอบถามโดยใช้แบบสอบถาม จะจัดทำแบบสอบถามทั้งแบบเอกสาร และ แบบดิจิทัล โดยคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิดและปิดสลับกัน ให้ลูกค้า หรือผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตัวเลือกที่ เหมาะสมมากที่สุด โดยแบ่งคำถามออกเป็นหมวดหมู่ ดังนี้

1. สินค้าที่มีอยู่ตรงตามความต้องการหรือไม่
2. ประเภทของสินค้าที่ลูกค้าสนใจ

3. ราคาของสินค้าเหมาะสมหรือไม่
4. การบริการเป็นอย่างไร
5. Facebook, Google, Line สำคัญหรือไม่
6. ช่องทางการติดต่อสอบถามเพียงพอหรือไม่

การสำรวจ ด้วยวิธีการสังเกต เป็นวิธีการเก็บข้อมูลโดยการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อศึกษาตลาด และคู่แข่ง จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค และ สภาพสังคมเป็นหลัก ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นจะสามารถทำให้เราทราบถึงความชอบ และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน โดยการสังเกตจะเริ่มสำรวจจากพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งบริษัท เพื่อศึกษาคู่แข่ง และ ความต้องการผู้บริโภคก่อน เมื่อศึกษาเสร็จแล้วเราจะไปยังด่านชายแดน หรือ ตามเส้นทางตั้งแต่ อำเภอเมืองสุรินทร์ไปยัง ด่านชายแดน เพื่อศึกษาตลาดชายแดนทั้งไทยและกัมพูชา ว่ามีความต้องการในสินค้าใดบ้าง ทั้งนี้ เมื่อได้ข้อมูลครบแล้วจะนำมารวบรวมและศึกษาต่อไป

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์

เป็นแบบสัมภาษณ์ประเภทปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอบแบบสัมภาษณ์ตามที่ตนเองคิดเห็นจริง โดยแบบสัมภาษณ์นั้นจะเป็นการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวกับผู้สัมภาษณ์ โดยใช้เวลาประมาณ 5 นาที โดยเนื้อหาภายใน ประกอบไปด้วย สินค้าที่ลูกค้าสนใจ การบริการที่ลูกค้าต้องการ และ ความคิดเห็นที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทปรับปรุง นั่นเอง

โดยการสัมภาษณ์จะเก็บข้อมูลชื่อลูกค้า เบอร์โทรศัพท์ เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบ เพื่อมีข้อมูลเพิ่มเติมสามารถสอบถามลูกค้าท่านนั้นได้เลย เพื่อให้แบบสัมภาษณ์นั้นครบสมบูรณ์

2. การสังเกตการณ์

การสังเกตจะเป็นการสังเกตจากภายนอกเป็นหลัก เป็นการลงพื้นที่เพื่อศึกษาคู่แข่ง และ สินค้าที่มีในตลาด รวมถึงนิสัยของผู้บริโภค โดยเนื้อจะประกอบไปด้วย คู่แข่งมีอะไรบ้าง จุดเด่น จุดด้อยของคู่แข่ง รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

โดยพื้นที่ที่จะทำการศึกษาคือ พื้นที่อำเภอเมืองสุรินทร์จำนวน 2 ร้านค้า ซึ่งร้านค้าจะเป็นร้านค้าที่เป็นคู่แข่งทางตรงกับบริษัทเราที่สุด

- ผู้ที่ให้ข้อมูลพร้อมด้วยเหตุผลที่เลือกกลุ่มดังกล่าวมาเป็นผู้ให้ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าที่บริษัท เป็นกลุ่มช่าง, ผู้รับเหมา และ เจ้าของบ้าน เป็นหลัก อายุโดยประมาณอยู่ที่ 25-60 ปี กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท จึงมีความสำคัญต่อการตอบแบบสอบถามอย่างมาก

กลุ่มช่าง ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของทางร้านจึงมีส่วนในการสำรวจมากกว่ากลุ่มอื่น ถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสัดส่วนการใช้จ่ายที่บริษัทมากที่สุด จึงมีความสำคัญมากที่สุด

กลุ่มผู้รับเหมา และ เจ้าของบ้าน จะเป็นกลุ่มลูกค้ารองของบริษัท กลุ่มผู้รับเหมาจะเป็นการสั่งสินค้าแบบเหมาชนิด ซึ่งมีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับลูกค้าช่าง และ ในส่วนของเจ้าของบ้านนั้น ถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด เพราะเจ้าของบ้านจะเลือกซื้อสินค้าบางชนิดเท่านั้นเอง

- จำนวนผู้ให้ข้อมูล จากการสัมภาษณ์ 20 ตัวอย่าง โดยเป็นช่าง 15 คน และผู้รับเหมา 5 คน จากการสังเกต 2 ร้านค้า
- ร้านค้าที่สังเกตการณ์ ร้านค้าที่ทำการสังเกต ได้แก่ 1) บริษัท สุรินทร์ เพอร์นิเจอร์ จำกัด และ 2) ไทวัสดุ สาขาสุรินทร์



บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

สภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้นถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการทำธุรกิจ เพราะสภาพแวดล้อมนั้นถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจ เมื่อธุรกิจดำเนินไปในระยะหนึ่ง สิ่งที่อยู่ประกอบการสามารถมองเห็นและให้ความสำคัญได้คือรูปแบบของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งในส่วนนี้ถือเป็นส่วนที่สำคัญมากสำหรับองค์กร เพราะถ้าสภาพแวดล้อมในองค์กรไม่ดีแล้วจะส่งผลทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานลดลง เป็นต้น ซึ่งการวิเคราะห์นั้นจะช่วยให้บริษัทดำเนินธุรกิจได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกส่วนคือสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่ถือเป็นปัจจัยที่คาดเดาได้ยากมากที่สุดปัจจัยหนึ่งซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยนี้สามารถส่งผลที่ร้ายแรงให้กับบริษัทได้ถ้าบริษัทไม่ได้มีการวิเคราะห์และเตรียมการอย่างเพียงพอ เพราะฉะนั้นการศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะนอกจากการทราบถึงปัญหาที่จะเกิดแล้ว ยังช่วยให้ทราบถึงความสามารถของบริษัทในการดำเนินธุรกิจด้วยนั่นเอง

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

3.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรนั้นถือเป็นสิ่งแรกๆที่ผู้บริหารควรทำ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใหม่หรือเก่าก็ตาม การรู้เรารู้เขาสามารถช่วยให้ผู้บริหารจัดการกับปัญหาภายในและภายนอกได้ง่ายเมื่อภายในองค์กรนั้นไม่มีปัญหาเกิดขึ้น ซึ่งสภาพแวดล้อมภายในองค์กรสามารถวิเคราะห์ได้จากระบบภายในองค์กร พนักงาน หรือแม้กระทั่งการตัดสินใจของผู้บริหารก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ต้องนำมาวิเคราะห์เช่นกัน สภาพแวดล้อมดังกล่าว

เมื่อศึกษาจาก บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด พบว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์กรนั้นทางบริษัทได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องด้วยบริษัทไม่ได้เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีพนักงานและสายงานที่หลากหลายมากนัก ดังนั้นการจัดการและควบคุมบุคลากรภายในองค์กรนั้นถือเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ รวมถึงสายงานและสายบังคับบัญชาที่สั้น ผู้บริหารจึงเป็นฝ่ายตัดสินใจในทุกเรื่องอย่างรวดเร็วและฉับไว

ปัญหาของพนักงานที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานด้วยกันนั้นทางผู้บริหารได้ให้ความสำคัญโดยการสังเกตอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นให้ทันเวลา ก่อนที่ปัญหาจะขยายใหญ่จนก่อให้เกิดปัญหากับภาพรวมของบริษัทได้

3.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกนั้นวิเคราะห์ได้จากเช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม เทคโนโลยี หรือแม้กระทั่งความมั่นคงทางการเมือง และ นโยบายรัฐก็ถือเป็น สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเช่นกัน ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรของบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จากการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และนโยบายรัฐจะส่งผล โดยตรงต่อบริษัท ไม่ว่าจะเป็นรายได้ที่ลดลงจากสภาพเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัว สภาพแวดล้อมทาง นโยบายที่มีการเน้นในส่วนของการก่อสร้างพื้นฐานเป็นหลัก ทำให้รายได้มีได้ลงมาถึงผู้ค้ารายย่อย เช่นเรา เป็นต้น แต่ในส่วนของการกระทบแล้ว ยังมีส่วนของการที่ได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ อย่างเช่น Facebook, Line เป็นต้นที่ช่วยให้บริษัทนั้นมีช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากยิ่งขึ้น และการขยายโครงข่ายคมนาคมในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ทำให้การขนส่งสินค้าภายในและภายนอกพื้นที่ ทำได้ดีและสะดวกสบายมากขึ้น

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

การที่สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 นั้นยังอยู่ในสภาวะชะลอตัว ถึงแม้ว่า ช่วงครึ่งปีหลังจะมีความชัดเจนของนโยบายที่กระตุ้นเศรษฐกิจ แต่การกระตุ้นนั้นไม่ได้ลงมาถึงผู้ค้ารายย่อยแต่ไปที่ผู้ค้ารายใหญ่มากกว่า

2. อุตสาหกรรม

ในเชิงอุตสาหกรรมร้านค้าประเภทจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นมีขึ้นมาจำนวนมาก ทั้งในตัว อำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ และบริเวณรอบตัวอำเภอเมือง กระทั่งทางด้านราคานั้นมีการแข่งขันที่สูงมากยิ่งขึ้น การแย่งตัวลูกค้าก็เพิ่มมากขึ้น โปรโมชั่น และการส่งเสริมการขายที่ดุเดือด ส่งผลต่อ แรงจูงใจของลูกค้าโดยตรงให้เลือกใช้บริการร้านค้านั้นเอง

3. เทคโนโลยี

ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ระบบการสั่งการภายในร้านจึงต้องมีความ ทันสมัยมากยิ่งขึ้น จึงเป็นต้นทุนของบริษัท และ ถือเป็นความได้เปรียบด้วยที่ ถ้าบริษัทสามารถ ตอบสนองกับเทคโนโลยีได้รวดเร็วก็จะเป็นจุดขายของบริษัทได้เช่นกัน

4. การเมือง

ในปี พ.ศ. 2561 มีการคาดการณ์ว่าจะมีการเลือกตั้งทั่วไปเกิดขึ้นซึ่งผลกระทบที่จะเกิดคือ ตั้งแต่ช่วงปัจจุบันของปี 2560 ไปจนถึงปลายปี 2561 นั้นการลงทุนจากภาครัฐในโครงการที่เป็นของ ชุมชนอาจจะมีไม่มากนัก เพราะทุกฝ่ายจะไปสนใจอยู่กับการเลือกตั้ง โดยที่เมื่อมีฝ่ายใดก็ตามได้รับ เลือกให้จัดตั้งรัฐบาลแล้ว ทิศทางการลงทุนที่เอื้อต่อกลุ่มการเมืองก็จะชัดเจนเช่นกัน เช่นการเมืองใน ท้องถิ่น เป็นต้น

5. นโยบายรัฐ

การส่งเสริมด้านการลงทุนของรัฐ ทั้ง CLMVT (ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ และการค้าระหว่าง ไทย เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชา) หรือ โครงการ EEC (โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก) ทำให้ภาพรวมการลงทุนกระจายตัวออกไปยังท้องถิ่น อย่างเช่น ภายในภาคตะวันออกที่ได้ผลโดยตรงจากโครงการ EEC และแถบชายแดนที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีด่านผ่านแดน ตลาดการค้าอย่างเช่นจังหวัดสุรินทร์ก็ได้รับผลจากนโยบาย CLMVT เช่นเดียวกัน จึงทำให้ภาพรวมการลงทุนของจังหวัดสุรินทร์นั้นคึกคักมากขึ้น

3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

เมื่อผู้บริหารทราบถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของบริษัทแล้ว สิ่งที่สามารถทราบได้ คือความสามารถของบริษัทที่สามารถเป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจได้ สภาพแวดล้อมที่ตื้นนั้นไม่อาจบ่งบอกได้ว่าบริษัทมีจุดแข็งที่ดี แต่จุดแข็งของบริษัทนั้นบางทีอาจเกิดจากข้อผิดพลาด หรือสภาพแวดล้อมที่บริษัทไม่ได้คาดคิดเลยก็เป็นได้

3.2.1 การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในของบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัดพบว่า

- บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นหลักโดยพนักงานของบริษัทนั้น จะได้รับสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่ครบ อย่างเช่น ประกันสังคม ประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน กับ ผู้บริหารนั้นเป็นไปได้อย่างดี ซึ่งการที่พนักงานมีความสุขในการทำงานนั้น จะส่งผลที่ดีให้แก่บริษัท ทั้งการบริการลูกค้าที่ดี และการแยกแยะปัญหาส่วนตัวกับการทำงานได้ดีเมื่อพนักงานทุกคนมีความสุข จึงทำให้สิ่งนี้เป็นจุดแข็งในด้านการบริการของบริษัทแห่งนี้

- การบริหารงานของผู้บริหารนั้นไม่ได้มีคนกลางในการตัดสินใจ อย่างเช่น พนักงานขาย เพราะบริษัทดำเนินงานในรูปแบบการบริหารแบบครอบครัว ดังนั้นการติดต่อกับลูกค้า หรือ การส่งสินค้านั้นสามารถทำได้รวดเร็วและฉับไวนั่นเอง ถึงแม้ว่าการตัดสินใจของผู้บริหารจะรวดเร็วก็ตาม แต่เมื่อมีความรวดเร็วก็จะพบกับความเสี่ยงที่ตามมาได้เช่นกัน ปัจจัยภายในที่ได้กล่าวไปนั้นถือเป็นส่วนประกอบสำคัญของการทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมของพนักงานบริษัทที่ถือเป็นกำลังหลักของบริษัทเลยก็ว่าได้

- การจัดการรายได้เสริมให้แก่พนักงานในบริษัทถือเป็นจุดแข็งของบริษัทอย่างหนึ่ง อย่างเช่น การตัดท่อ การตัดเหล็ก การตัดเหล็กนั้น เมื่อพนักงานมีรายได้เสริมจากงานส่วนนี้จึงทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานส่วนนี้เป็นอย่างมาก เมื่อลูกค้าเข้ามาสั่งซื้อสินค้าจึงสามารถทำสินค้าออกมาได้ดีตามที่ลูกค้าต้องการ

- สถานที่ตั้งของบริษัทก็ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จเช่นกัน การที่สถานที่ตั้งของบริษัทนั้นอยู่บนถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่าง 2 จังหวัด คือ จังหวัดสุรินทร์กับ จังหวัดศรีสะเกษ และยังเป็นถนนสายเลี่ยงเมืองสุรินทร์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังด่านช่องจอม เพื่อข้ามไปยังประเทศกัมพูชาได้ และทำให้การเดินทางมายังบริษัทนั้นสามารถทำได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น รวมถึงนโยบายรัฐที่ขยายเส้นทางการขนส่งไปในจังหวัดนั้นจึงทำให้การขนส่งสินค้าทำได้สะดวกไม่ว่าจะขนส่งภายในประเทศหรือขนส่งไปยังประเทศกัมพูชาก็ตาม

- ช่องทางการติดต่อสื่อสารก็สำคัญไม่แพ้กัน การขยายตัวของ Social Network อย่างเช่น Facebook Line Google การที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จัดทำเพจของบริษัทใน Facebook และ Line ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้ามีความรวดเร็วและแม่นยำมากยิ่งขึ้น การสอบถามสินค้าหรือสนใจสินค้าประเภทใดสามารถส่งเป็นรูปเพื่อความชัดเจนของสินค้า หรือแม้กระทั่งบิลที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าก็มาในรูปแบบออนไลน์ทั้งสิ้น การที่ Google Map มีการนำทางที่แม่นยำมากขึ้น รวมถึง Street View (มุมมองภาพแบบพาโนรามาในสถานที่จริง) ที่ทำให้การเดินทางมายังบริษัทง่ายขึ้นและแม่นยำมากกว่าเดิม

3.2.2 จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ พบว่า

- การที่บริษัทเป็นบริษัทจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง วัสดุตกแต่ง และ เครื่องมือช่าง หลากหลายชนิดนั้น ทำให้บริษัทมีความหลากหลายของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การปรับราคาขึ้นลงตามสภาวะตลาดได้รวดเร็วทำให้บริษัทสามารถสร้างความแตกต่างทางด้านราคาได้อย่างรวดเร็วนั่นเอง

- รวมทั้งปัจจุบันที่มีการขยายตัวของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนของภาครัฐ และเอกชนที่มีการขยายตัวในจังหวัดสุรินทร์มากยิ่งขึ้น ประกอบกับความนิยมในตัวสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นซึ่งบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์นั้นให้ความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นผู้นำในด้านของความทันสมัยและราคาที่โดนใจ จึงทำให้สินค้าบางชนิดที่มีนั้นตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม และการสั่งทำสินค้าตามสั่งนั้นก็ถือเป็นจุดขายจุดหนึ่งที่ทำให้บริษัทเรามีความได้เปรียบบริษัทอื่นที่อยู่ในพื้นที่

- ภายในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ยังไม่มีบริษัท หรือ ร้านค้าที่จำหน่ายและบริการตัดพับเหล็กให้แก่ลูกค้าได้ จึงถือเป็นช่องทางที่ดีที่บริษัทสามารถเพิ่มสินค้าและบริการให้แก่บริษัทได้

- คู่แข่งในท้องที่มีจำนวนที่มากขึ้นประกอบกับเงินทุนที่สูงสามารถขายสินค้าและทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายได้ดีซึ่งทำให้มีความดึงดูดลูกค้าที่สูงกว่าบริษัทของเรา แต่การที่การแข่งขันในพื้นที่มีความดุเดือดมากขึ้นนั้น เราได้มองเห็นโอกาสในการขายสินค้าไปยังพื้นที่ข้างเคียงประกอบกับการขนส่งที่สะดวกสบายมากขึ้นในปัจจุบันทำให้ง่ายต่อการจัดส่งสินค้าไปยังพื้นที่ที่มีการแข่งขันของคู่แข่งที่ต่ำได้นั่นเอง

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรนั้นนอกจากจะช่วยให้เราทราบถึงจุดแข็งของบริษัทแล้วยังช่วยให้เราทราบถึงจุดอ่อนของบริษัทอีกด้วย ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทนั้นทำให้บริษัทเห็นจุดที่ต้องทำการแก้ไข แต่การแก้ไขจุดอ่อนนั้นโดยส่วนใหญ่จะทำได้ยาก แต่การที่เราทราบถึงจุดแข็งของบริษัทนั้นกลายเป็นผลดีที่เราสามารถนำจุดแข็งมาปรับปรุงจุดอ่อน หรือ แทนที่จุดอ่อนด้วยความแข็งแกร่งของจุดแข็งของเรา

3.3.1 โดยการศึกษาจุดอ่อนของบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์พบว่า

- บริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ไม่ได้มีการทำระบบจัดเก็บสินค้าแบบดิจิทัลซึ่งทำให้สต็อกมีความคลาดเคลื่อนได้ง่ายซึ่งถือเป็นจุดด้อยของบริษัท ซึ่งทำให้ผู้บริหารมีความจำเป็นที่จะต้องตรวจสอบความถูกต้องของสต็อกอยู่ตลอดเวลา แต่ การที่บริษัทไม่ใช่ระบบที่มีความซับซ้อนจึงทำให้มีความได้เปรียบในด้านการบริการที่รวดเร็วและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดี ก็ถือเป็นการแก้ไขจุดด้อยในส่วนนี้ได้
- การขายสินค้าเงินสดเป็นหลักทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการจะเป็นเจ้าของบ้าน หรือ กลุ่มช่างที่ขนาดของงานไม่ใหญ่มาก จึงทำให้ยอดการใช้จ่ายในแต่ละครั้งมีจำนวนที่ไม่มากนัก แต่การที่จำหน่ายสินค้าเป็นเงินสดทำให้การตั้งราคาเป็นราคาเงินสดเช่นกัน และ การติดตามลูกค้าที่เป็นลูกค้าเงินเชื่อ นั้นไม่มีความจำเป็น จึงลดปัญหาการขาดกระแสเงินสดเข้ามาในบริษัทได้
- ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทำให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่สามารถใช้ช่องทางออนไลน์สอบถามรายละเอียดสินค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ถือเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการสอบถามข้อมูลสินค้าที่ต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านก็สามารถตรวจสอบและดูสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ได้เลย

บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 โมเดลของธุรกิจ

โมเดลในการทำธุรกิจคือแนวทาง รูปแบบ หรือ วิธีการ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ การทำโมเดลนั้นช่วยให้ทุกคนในบริษัททราบถึงแนวทาง และทิศทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ และยัง สามารถช่วยให้บริษัทนั้นแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ตรงจุดและรวดเร็วขึ้นเอง บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีโมเดลทางธุรกิจที่ชัดเจน ถึงแม้จะมีสินค้าหลากหลายชนิด แต่รูปแบบการขายและสั่งซื้อสินค้านั้นไม่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้การทำงานของพนักงานในบริษัทรวมถึงการตัดสินใจของผู้บริหารนั้น สอดคล้องกันตั้งแต่ต้นนั่นเอง

ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas

PARTNER NETWORK - บริษัท จำหน่ายเหล็กรูป - บริษัท จำหน่ายแผ่นเหล็ก - บริษัท จำหน่ายอุปกรณ์ - บริษัท จำหน่ายสีน้ำมัน	KEY ACTIVITIES - จำหน่าย เหล็กรูปพรรณ - สแตนเลส - ประตูม้วน - คัด พับ ม้วน แผ่นเหล็ก	OFFER - การบริการที่ดี - สินค้าคุณภาพ - ครบทุกอย่างในที่เดียว - การเดินทางที่สะดวก - สินค้าที่หลากหลาย	CUSTOMER RELATIONSHIPS - มีการตรวจสอบสินค้าก่อนส่งมอบ - มีการรับประกันสินค้า - เป็นกันเองกับลูกค้า	CUSTOMER SEGMENTS - ขายปลีก - ช่าง , ผู้รับเหมา - เจ้าของบ้าน
	KEY RESOURCES - ออทพิด - โกดังสินค้า - รถขนส่งสินค้า		DISTRIBUTION CHANNELS - จำหน่ายหน้าร้านแห่งเดียว	
COST STRUCTURE - ต้นทุน ขาย - ต้นทุน วัสดุอุปกรณ์ - ต้นทุน ขนส่ง - ต้นทุนการผลิต		REVENUE STREAMS - ตั้งเบ้ายอดขาย 10 ล้านบาทต่อปี คิดเป็น กำไร 30% ของยอดขาย		

4.2 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบแต่ละประเภท

การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล ได้แก่

4.2.1 ลูกค้ำ/ กลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ำและกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนั้นแน่นอนว่าบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด เป็นร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง จึงมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ กลุ่มช่างและผู้รับเหมาก่อสร้าง การแบ่งกลุ่มลูกค้ำและให้ความสำคัญนั้นอาจเป็นเพราะรูปแบบของบริษัทที่เน้นการขายแบบกันเอง คือ ไม่มีชั้นตอน หรือ ไม่มีระบบในการสั่งงานมากเหมือนบริษัทขนาดใหญ่ที่มีระบบ POS (Point of Sale) ซึ่งต้องมีพนักงานขาย มีพนักงานจัดสินค้า ซึ่งมีหลายชั้นตอนและการผ่านงานที่มากเกินไป เพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในการสั่งงาน ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับลูกค้ำกลุ่มช่างที่ชอบในเรื่องของความรวดเร็ว รวมไปถึงผู้รับเหมาที่ชอบความกันเองของการค้าขายแบบสมัยก่อน

ลูกค้ำกลุ่มช่างนั้นถือเป็นลูกค้ำหลักของบริษัทเพราะสินค้าที่มีในบริษัทนั้นจะเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้ำกลุ่มช่างได้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นงาน สร้างบ้าน ตกแต่ง งานทำประตู ทำรั้ว เป็นต้น เพราะว่าเป็นสินค้าที่จำหน่ายที่บริษัทมีครบทุกแบบที่ช่างต้องการ และการขายที่เป็นกันเอง พร้อมกับราคาที่ เป็นราคาเงินสด ซึ่งรับประกันความพึงพอใจในเรื่องของราคาและบริการได้แน่นอน

ลูกค้ำกลุ่มผู้รับเหมานั้นไม่ใช่ลูกค้ำกลุ่มหลักของบริษัท แต่ทางบริษัทก็เล็งเห็นความสำคัญของลูกค้ำกลุ่มนี้เช่นกัน เพราะเป็นกลุ่มลูกค้ำที่มีปริมาณการซื้อในแต่ละรอบการสั่งซื้อที่สูงถึงแม้ว่าจะมีการทำกำไรที่ต่ำเพราะต้องขายเป็นราคาส่ง แต่ก็ถือเป็นกลุ่มลูกค้ำที่สำคัญที่เราสามารถจัดการการระบายสินค้าให้สินค้ามีความสดใหม่ได้ตลอดเวลา

4.2.2 คู่แข่งขัน

ในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์นั้นมีร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจำนวนมาก ทั้งร้านขนาดใหญ่และร้านขนาดกลาง ที่กระจายกันอยู่โดยรอบพื้นที่ อำเภอเมืองสุรินทร์ โดยในส่วนของบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์นั้น ถือว่าเป็นบริษัทขนาดกลาง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ และมีการดำเนินกิจการมาแล้วกว่า 20 ปี ถือเป็นร้านค้า/บริษัท ที่เปิดมาเป็นเวลานาน

ในส่วนของคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้านี้รูปแบบเดียวกับบริษัทเรา จะมีอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองสุรินทร์ไม่มากนักนอกจากนั้นจะเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ อย่างเช่น ไทวัสดุ ดุโฮม ที่มีสินค้าและบริการที่แตกต่างจากบริษัทของเรานั้นเอง ซึ่งความแตกต่างของสินค้า และ บริการที่เรานั้นถือเป็นจุดขายของบริษัท และนโยบายที่สำคัญของบริษัทเราคือ การแข่งขันนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่การแข่งขันที่ทำแล้วไม่ได้อะไรเลยนั้นก็สมควรทำเช่นกัน ซึ่งหมายความว่า บริษัทเรานั้น มีความพอใจในการตั้งราคาขายที่เป็นธรรมแต่แรก จะมีเพียงแค่การจัดโปรโมชั่นสินค้าแค่บางชนิดเท่านั้น เพื่อส่งเสริมการขาย นอกนั้นการตั้งราคาจะเป็นไปตามกลไกของตลาดทั้งสิ้น และการที่เรามองตัวเราก่อนนั้น ทำให้เราสามารถสร้างจุดแข็งที่สามารถแข่งขันได้อย่างแข็งแกร่งด้วยนั่นเอง

4.2.3 พันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจ และ วิธีการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

บริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ บริการ จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ สแตนเลส ประถม้วน ประตูดัด อลูมิเนียม และ อัลลอยด์ ทั้งนี้ สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สั่งจากลูกค้าเป็นหลัก ลูกค้าของเรานั้นจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น การที่เราจะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดีได้นั้น เราต้องแสดงออกถึงความจริงใจให้แก่นัก ซึ่งนโยบายของ บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ คือ เมื่อลูกค้าให้เครดิตแก่บริษัทแล้วไม่ว่าจะ 15วัน 30วัน หรือ 45วัน ก็ตาม เราจึงต้องให้ความสำคัญต่อการชำระเงินให้ตรงเวลา ซึ่งการชำระเงินให้ตรงตามเวลานั้นก็คือความจริงใจที่เรามองกลับไปให้ลูกค้านั่นเอง และเมื่อลูกค้าของเรามีสินค้าใหม่ เราก็มยินดีที่จะช่วยเหลือในการนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าของเรา

บริษัทเหล็กรูปพรรณที่ทางบริษัทเรานั้นทำการค้าด้วยนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่มีโรงงานผลิตเหล็กเป็นของตัวเอง เพราะเราต้องการที่จะสร้างความได้เปรียบเรื่องต้นทุนตั้งแต่ต้น ซื่อเมื่อเราสั่งสินค้า จะสามารถทราบถึงต้นทุนทั้งวัตถุดิบและต้นทุนในการจัดส่งได้เร็วและคุ้มค่าที่สุด เมื่อเราสั่งสินค้าแล้วทางลูกค้าจะเสนอส่วนลดเพิ่มเติมให้พร้อมกับเงื่อนไข ตัวอย่างเช่น ซื้อเงินสด ลด 2

เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น การทำข้อเสนอแบบนี้ถือเป็นการสร้างความไว้วางใจให้แก่นักด้วย

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่บริษัทเรานั้นจะได้รับการบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและสบายใจในการมาใช้บริการที่บริษัทของเรานั้นเอง

4.2.4 ผู้จัดการวัตถุดิบ/ สินค้า

การจัดการสินค้านั้น ทางบริษัทมีการจัดสต็อกสินค้าทุกชนิด ซึ่งปริมาณในการสต็อกสินค้านั้นขึ้นอยู่กับปริมาณการขายของแต่ละสินค้านั้นด้วย ขายมากหรือขายน้อย ก็จะสต็อกสินค้ามากเช่นกัน เมื่อให้เกิดความสมดุล ระหว่างการขายและการสั่งสินค้า ที่จะต้องมีเวลาในการจัดส่ง ทุกอย่างนี้ต้องคำนวณให้แม่นยำเพื่อการขายที่คล่องตัวนั่นเอง นอกจากการสต็อกสินค้าแล้ว

การศึกษาสินค้าชนิดใหม่ เพื่อเข้ามาทดแทนสินค้าเก่าก็เป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน บริษัทเรานี้ การศึกษาหาผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม หรือเป็นสินค้าที่ลูกค้ามีความต้องการพิเศษ สินค้าหลายชนิดที่ทางบริษัทนำเข้ามานั้นก็ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าให้นำเข้ามาเช่นกัน

ในช่วงที่ตลาดมีความผันผวนในเรื่องของราคานั้น การสั่งสินค้าและการปรับราคาสินค้าให้ ได้เปรียบคู่แข่งนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ทางผู้บริหารบริษัทจึงต้องทำการตรวจสอบราคากับลูกค้าอยู่ตลอดนั่นเอง

4.2.5 รายรับ/ รายจ่าย/ ต้นทุน

- ต้นทุน ในส่วนของต้นทุนของทางบริษัทนั้นจะมีต้นทุนที่เด่นชัด คือ ต้นทุนขาย ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต และ ต้นทุนค่าขนส่ง

ต้นทุนขาย เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ทางบริษัทนั้นจัดทำขึ้นในพื้นที่บริษัท เช่นการขายสินค้า ค่าแรงพนักงานขาย อุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น

ต้นทุนวัตถุดิบ จะเป็นสินค้าที่ทางบริษัทนั้นได้จำหน่าย โดยจะเป็นการสั่งจากโรงงานผลิต สินค้าและนำมาจำหน่ายนั่นเอง

ต้นทุนการผลิต ต้นทุนนี้เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าอย่างเช่น การตัดเหล็กแผ่น การพับเหล็กแผ่น การม้วนท่อเหล็ก เป็นต้น ซึ่งการผลิตนั้น ค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่ทำการผลิตและไม่ตายตัวนั่นเอง

ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการขนส่งจะมีอยู่ 2 ส่วนคือ การขนส่งสินค้ามาที่บริษัท และการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า โดยส่วนใหญ่จะทำการรวมค่าใช้จ่ายไปพร้อมกับมูลค่าสินค้าแล้ว

- รายรับ รายรับของทางบริษัทนั้นจะเป็นรายรับทางเดียว คือ การจัดและจำหน่ายสินค้าที่หน้าร้านเป็นหลักเท่านั้น ไม่มีช่องทางออนไลน์ หรือ การฝากขายสินค้า

- รายจ่าย รายจ่ายของบริษัท คือค่าแรง ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าขนส่งสินค้า ค่าสินค้า และค่าวัตถุดิบ ค่าภาษี ทั้งภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีนิติบุคคล ยังไม่รวมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองที่ขึ้นอยู่กับจำนวนของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลานั้น เป็นต้น

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด จังหวัดสุรินทร์ ในหลักการค้าขายที่ดำเนินมาในอดีตเป็นหลัก การดำเนินธุรกิจจึงใช้ประสบการณ์ และการลองผิดลองถูกมาดำเนินธุรกิจโดยตลอดมา แต่การขยายธุรกิจในอนาคตนั้น การลองผิดลองถูกอาจนำมาใช้ไม่ได้ แต่ต้องใช้หลักการของการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ อย่างเช่นการศึกษาตลาดโดยการสำรวจหรือเก็บข้อมูลทางสถิติ หรือการนำหลักการพื้นฐาน ด้านกลยุทธ์ทั้งการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ หรือการจัดการองค์กร มาจัดการและควบคุมการดำเนินธุรกิจในอนาคตต่อไปนั่นเอง

5.1.2 การจัดโครงสร้างองค์กร และ การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

การจัดการโครงสร้างองค์กรของ บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด เป็นการจัดการจากศูนย์กลางทั้งหมด โดยศูนย์กลางนั้นประกอบไปด้วยผู้บริหารที่เป็นผู้ตัดสินใจทั้งหมด ดังนั้นลำดับการสั่งการจะสั้นและรวดเร็ว ช่วยลดขั้นตอนในการสั่งงานและเพิ่มความรวดเร็ว รวมถึงสามารถลดต้นทุนการบริหารได้อีกด้วย

5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด ประกอบไปด้วยบุคลากร 2 ส่วนคือ ฝ่ายปฏิบัติงาน และ ฝ่ายบริหารในส่วนของฝ่ายปฏิบัติงานนั้น จะประกอบไปด้วย พนักงานขับรถและพนักงานจัดสินค้า ในการคัดสรรบุคลากรเข้าทำงานในส่วนนี้ จะเน้นในเรื่องของจำนวนบุคลากรที่สอดคล้องกับจำนวนลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาเป็นหลัก สำหรับการลงทุนในอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้นการคัดสรรคนเข้าทำงานอาจเพิ่มขึ้นอีก หลายตำแหน่งซึ่งจะต้องรับบุคลากรที่มีความสามารถในการเข้าใจอุปกรณ์ที่มีความซับซ้อน อย่างเช่นเครื่องจักรได้ ซึ่งค่าจ้างจะต้องมากกว่า และ ความรับผิดชอบจะต้องมากกว่าตำแหน่งอื่นในบริษัท

ฝ่ายบริหารนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งสิ้นเพราะทุกส่วนงานจัดการโดยบุคคลในครอบครัว การเพิ่มลดของบุคลากรในส่วนนี้จะเกิดขึ้นไม่บ่อยนอกจากการเปลี่ยนแปลงลำดับการตัดสินใจภายในครอบครัว การเพิ่มของคนในครอบครัว หรือ การเกษียณนั่นเอง

5.1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หลักการประเมินผลการทำงานจะเป็นการประเมินโดยภาพรวมจากการสังเกตพฤติกรรม และการสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่บริษัท เมื่อสิ้นปีทางบริษัทจะมีการประเมินเป็นภาพรวมแก่พนักงาน และ จะมีการประเมินรายบุคคลต่อไป

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริการเป็นหลัก ดังนั้นการประเมินการทำงานของพนักงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะพนักงานถือว่าเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับลูกค้าที่สุดนั่นเอง การประเมินนั้นเมื่อทำการประเมินแล้วจะทำการแจ้งให้พนักงานทราบ ถ้าพนักงานคนไหนทำผิด บริษัท จะทำการตักเตือนเป็นอันดับแรก แต่ถ้ายังผิดในเรื่องเดิมซ้ำ จะให้ออกจากการเป็นพนักงานทันที ตาม ข้อตกลงที่ได้ทำก่อนเริ่มทำงาน

5.1.5 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร

บุคลากรภายในบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์นั้นส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่มีอายุงานเป็น เวลานานแล้วทั้งสิ้น ซึ่งบุคลากรที่มีความรู้เหล่านี้ ถือเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินธุรกิจของเรา ความ ใฝ่ใจซึ่งกันและกันก็ถือเป็นหัวใจสำคัญของบริษัทเรานั่นเอง

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ถือเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อสภาพแวดล้อมดีนั้นจะส่งผลให้ประสิทธิภาพ ในการทำงานนั้นดีไปด้วยนั่นเอง การที่พนักงานทุกคนไม่มีปัญหาซึ่งกันและกันนั้นทำให้เกิด สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงานได้เช่นกัน หรือแม้กระทั่งในส่วนของฝ่ายบริหาร ก็ต้องสนใจ ในเรื่องเล็กน้อยซึ่งทำให้พนักงานทุกคนมีความสุขเมื่อทำงานที่บริษัทของเรานั่นเอง

5.1.6 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

บริษัทใช้นโยบายเงินเดือนตามหลักค่าแรงขั้นต่ำ เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่ไม่ได้จบ การศึกษาในระดับอุดมศึกษา ดังนั้นการกำหนดค่าแรงจึงเป็นไปตามค่าแรงขั้นต่ำ แต่ระดับของค่าแรง นั้น อาจขึ้นอยู่กับอายุงานด้วยเช่นกัน

โดยทางบริษัทได้จัดทำขั้นบันไดเงินเดือนไว้สำหรับพนักงานที่มีอายุงานมากขึ้นทุกปี และมากน้อยตามตำแหน่งของงานที่แต่ละคนรับผิดชอบ

5.1.7 การจ้างบุคลากร

การประกาศสมัครงานและการจ้างบุคลากรเข้าทำงาน เมื่อมีการรับสมัครงานแล้ว บริษัท จะให้สถานะพนักงานนั้นเป็นพนักงานชั่วคราว เมื่อผ่านการทำงาน 3 เดือนและผ่านการประเมินแล้ว จะทำการจ้างงานเป็นพนักงานประจำ และมีสวัสดิการให้ตามความเหมาะสม

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

หลักการตลาดของเรานั้นใช้หลักการของ 8Ps Strategy คือ สินค้า ราคา สถานที่ โปรโมชัน บรรจุภัณฑ์ พนักงาน ข่าวสาร และ อำนาจการต่อรอง การใช้ 8Ps ช่วยเสริมสร้างความโดดเด่นทางด้าน การเข้าถึงลูกค้าได้อย่างดี รวมถึงการจูงใจลูกค้าทั้งราคา และ โปรโมชัน ซึ่งการใช้หลัก 8Ps เหมาะกับการทำธุรกิจยุคดิจิทัลอย่างมาก

SWOT Analysis เพื่อวัด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของการลงทุน
Five Forces Model เพื่อวัด ความสามารถในการแข่งขันของเรา อำนาจการต่อรองกับลูกค้า อำนาจ
ต่อรองของลูกค้าย ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่

เราใช้หลักทั้งสามหลักเพื่อครอบคลุมการขาย การซื้อ และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้
ครอบคลุมทุกด้านมากที่สุด สิ่งสำคัญคือเรามีคืออะไรและนั่นคือจุดขายของเรา การใช้หลักทั้งสามหลัก
นี้เข้ามาประกอบทำให้การขายสินค้า และ บริการนั้นเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์แบบมากที่สุด

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์/ บริการ

สินค้าที่บริษัทจำหน่ายนั้นส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มาจากตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้น และ
คนกลางในการจัดหาสินค้าให้ ในการสั่งสินค้าแต่ละชนิดจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการขายของ
สินค้านั้นก่อนว่า เมื่อนำมาจำหน่ายในท้องที่จะสามารถขายได้หรือไม่ อย่างเช่น

มอเตอร์ประตูล้อพร้อมรีโมทไร้สาย บริษัทเราเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ประตูล้ออยู่
แล้วจึงเห็นความสะดวกของการให้ประตูสามารถเปิดปิดเองได้โดยไม่ต้องลงรถไปเปิดปิดเอง และ
สามารถเพิ่มยอดขายของสินค้าชนิดอื่นภายในร้านได้อีกด้วย

ในด้านการบริการ บริษัทมุ่งเน้นในเรื่องของการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและฉับไว เพชบุ๊ค
ไลน์ ที่มีการตอบโต้ที่รวดเร็วทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการพูดคุยกับบริษัทนั่นเอง

แผนการจัดการเครื่องตัดพลาสติกด้วยระบบอัตโนมัติ เพื่อตอบสนองความต้องการของ
ลูกค้าและผลักดันบริษัทสู่รินทร์สตีลเซ็นเตอร์ เป็นบริษัทรับตัดเหล็ก สแตนเลส ตามสั่ง และเป็นผู้นำ
ด้านการจำหน่ายเหล็กแผ่น แผ่นสแตนเลส และอลูมิเนียม นั่นเอง

5.2.3 บริการ

ภาพที่ 5.1 : ภาพบริการ ไค้งท้อ ตัดท่อ ตัดแผ่น พับแผ่น และตัวอย่างสินค้า



5.2.4 การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/ บริการ

จุดขายของบริษัทของเราคือความรวดเร็วในการขายสินค้า การบริการที่รวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญ การตัดสินใจของพนักงานในการทำงานบางชิ้นโดยไม่ต้องผ่านออฟฟิศจึงสำคัญ เราจึงมีการอบรมพนักงานทุกคนในบริษัทให้สามารถขายสินค้าได้ เชื้อสินค้าเป็น ซึ่งทำให้การขายสินค้า หรือหาสินค้านั้นทำได้รวดเร็วและตอบสนองลูกค้าได้ดีที่สุด

การนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใหม่ สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของบริษัทของเราได้ และสามารถเพิ่มจุดขายให้แก่บริษัทและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยนั่นเอง

5.2.5 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ บริการ

การพัฒนาบริการนั้น บริษัทเราเน้นในเรื่องของการบริการที่รวดเร็ว และจะยังคงรักษามาตรฐานให้ดีขึ้นต่อไป การประเมิน และสำรวจจากลูกค้าอยู่ตลอดทำให้มาตรฐานการบริการนั้นดีอยู่เสมอและสามารถปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นได้นั่นเอง

การเปิดตลาดใหม่ในอนาคตจะทำให้บริษัทต้องการสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดใหม่เช่นกัน ซึ่งตลาดที่กำลังไปนั้นเราจำเป็นต้องศึกษาจากการลงสำรวจตลาดก่อนจึงสามารถทราบถึงความต้องการของตลาดนั้นได้ เช่น การลงพื้นที่ขายแดนชองจอม จังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาตลาดฝั่งตรงข้ามด้วยนั่นเอง

การลงทุนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มสินค้าใหม่ๆให้แก่บริษัท ซึ่งคือการลงทุน เครื่องตัดเหล็กเป็นต้น การลงทุนเครื่องตัดและ เครื่องพับ เหล็ก ทำให้บริษัทมีความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่ของสินค้า และ ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดที่ต้องการสินค้าที่แปลกใหม่เช่นกัน

ภาพที่ 5.2 : ภาพเครื่องจักรที่ใช้ในการตัดแผ่นเหล็ก สแตนเลส อลูมิเนียม ที่บริษัททำการลงทุน



ภาพที่ 5.3 : เครื่องเจาะแผ่นเหล็กที่ทำการลงทุนเพิ่ม



5.2.6 การตั้งราคา

หลักการตั้งราคาขายนั้นเนื่องจากการขายวัสดุก่อสร้างมีการแข่งขันที่สูง ดังนั้น ในการขายแต่ละครั้ง จะเน้นการขายที่จำนวนมาก และกำไรจากสินค้าจะต่ำ เพื่อเพิ่มกำลังขายของสินค้าแต่ละชนิด แต่สินค้าบางชนิดก็ทำกำไรได้สูง จากความแตกต่าง หรือ เป็นสินค้าที่มีการสั่งทำพิเศษก็จะมีราคาที่สูงขึ้น และกำไรที่สูงขึ้นเช่นกัน

บริการตัด พับ ม้วน เหล็ก คือ บริการเสริม ที่บริษัทจะคิดมูลค่าเป็นชิ้นงานเพิ่มขึ้นตามจำนวนของชิ้นงานที่ลูกค้าสั่ง ซึ่งถ้าลูกค้าสั่งวัตถุดิบกับบริษัทเรา จะมีส่วนลดค่าบริการให้ แต่ถ้านำวัตถุดิบมาเองจะคิดในราคาเต็ม หรือขึ้นอยู่กับความยาก และง่าย ของชิ้นงานนั้น

5.2.7 การบริหารช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท ปัจจุบันมีเพียงหน้าร้านเพียงแห่งเดียว โดยในอนาคตจะมีการจัดส่งแบบออนไลน์ แต่มีการส่งสินค้าในบางชนิดผ่านการขนส่งเป็นพัสดุได้

5.2.8 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

การสร้างเครื่องหมายการค้าของบริษัท และชื่อบริษัทให้มีความสอดคล้องกันทำให้ลูกค้าจดจำสินค้าและร้านค้าได้ง่ายมากขึ้น การใช้ชื่อร้านที่สอดคล้องกับสถานที่ตั้งและสินค้าที่ขายทำให้ลูกค้าทราบถึงจุดเด่นของบริษัทตั้งแต่ได้ยินชื่อร้านเป็นครั้งแรกนั่นเอง ซึ่งทำให้สามารถแสดงออกถึงจุดเด่นของสินค้าที่บริษัทนั้นต้องการสื่อสารออกไปถึงลูกค้าได้

อย่างเช่น ชื่อเดิมของบริษัทคือ สุรินทร์ค้าเหล็ก ซึ่งหมายความว่าร้านนี้ ร้านขายเหล็ก และเมื่อพูดถึงเฮียยัง ทุกคนก็จะรู้จัก เฮียยังร้านสุรินทร์ค้าเหล็ก เป็นต้น

5.2.9 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

การสร้างแรงจูงใจสำหรับบริษัทเรานั้น คือ การแจกคูปอง เมื่อซื้อสินค้าครบ 5,000 บาท ลูกค้าสามารถนำคูปองมาเป็นส่วนลดได้ในครั้งถัดไป ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีแรงจูงใจในการมาซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

การมอบของขวัญแทนค่าขอบคุณช่วงปีใหม่อีกถือเป็นแรงจูงใจได้เหมือนกัน เมื่อลูกค้ามาซื้อสินค้าที่บริษัทเราอยู่ตลอด การให้สิ่งของตอบแทนก็ถือเป็นน้ำใจอย่างหนึ่งที่บริษัทควรกระทำ และเป็นการสร้างแรงจูงใจที่ดีที่สุดให้ลูกค้า

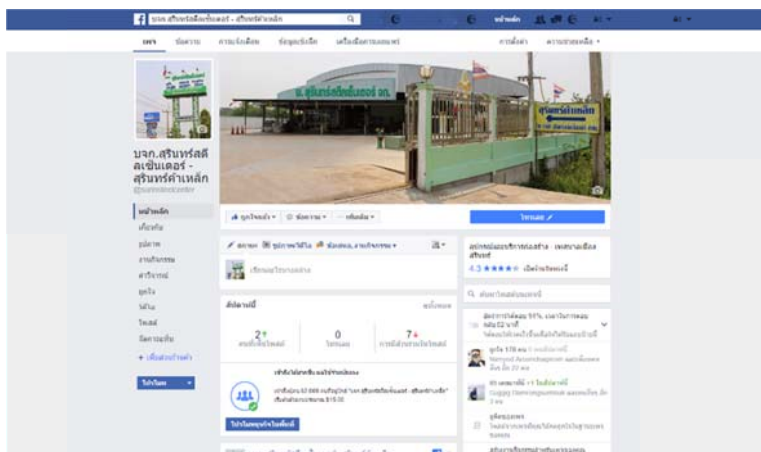
5.2.10 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

อีกหนึ่งจุดเด่นของบริษัทเราก็คือการขายแบบเก่าแก่ขายกันเอง คือ เมื่อลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในบริษัทจะพบกับผู้บริหาร หรือ อาเฮียได้โดยตรง เพราะการขายจะเป็นการขายโดยผู้บริหารร้านโดยตรงทำให้การตัดสินใจขาย ชื้อ และการบริการในด้านต่าง ๆ ทำได้รวดเร็วตรงตามความต้องการของลูกค้า และ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ถือเป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน เราได้จัดทำทั้ง Facebook และ Line ของบริษัทเพื่อลูกค้าที่สนใจสามารถสอบถามได้ตลอด

ภาพที่ 5.4 : ช่องทางการติดต่อสื่อสารของบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด



ภาพที่ 5.5 : Facebook ของบริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด



5.3 แผนกลยุทธ์การผลิต และจัดซื้อ

5.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการซื้อสินค้าของบริษัทนั้น บริษัทคำนวณจากปริมาณความต้องการในแต่ละช่วงของสินค้านั้น และ นำมาประมวลผลเพื่อทำสถิติในแต่ละปี แต่ละฤดูกาลเพื่อทำการเตรียมสินค้าและวัตถุดิบต่างต่างให้พอสำหรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาเช่นกัน

ระบบสถิติจึงสำคัญสำหรับการจัดซื้อสินค้าและเตรียมสินค้าให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า แต่ในบางเวลาสินค้าบางชนิด อย่างเช่นสินค้าสั่งทำพิเศษอาจไม่ต้องจัดเก็บไว้มาก เพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บ และ ลดต้นทุนการเสียโอกาสจากการเก็บสินค้าไว้นาน

ในการผลิตสินค้า อย่างเช่น การตัด หรือ พับเหล็กนั้น บริษัทจะทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อลดความเสียหายของสินค้าที่อาจเกิดขึ้นจาก สินค้าไม่ได้ขนาด ผิดแบบ เป็นต้น

5.3.2 วิธีการผลิต

การผลิตสินค้า อย่างเช่นเหล็กรูปพรรณ จะเป็นการสั่งตรงจากโรงงานผู้ผลิต ดังนั้นจึงไม่มีต้นทุนการผลิตในส่วนนี้ แต่จะมีต้นทุนในเรื่องของ การ ตัด ตัด พับ เหล็ก ซึ่งต้นทุนจะอยู่ที่อุปกรณ์เครื่องมือการทำงาน และการผลิตนั้นจะเป็นการผลิตตามสั่ง ไม่ใช่การผลิตแบบโรงงานอุตสาหกรรม จึงสามารถคุมต้นทุนของวัตถุดิบได้ดี

การตัด พับ เหล็ก จะใช้แผ่นเหล็ก แผ่นสแตนเลส แผ่นอลูมิเนียม แผ่นซิงค์ เป็นวัตถุดิบหลักในการทำงาน โดยจะใช้เครื่องจักรในการทำงานทั้งหมด

5.3.3 วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบ

อย่างที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว วัตถุดิบจะสั่งตรงจากโรงงานผู้ผลิตทั้งสิ้น ไม่ได้ผ่านคนกลางจึงทำให้ได้ราคาที่ถูก โดยบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์จำกัด มีนโยบายการสำรองสินค้าอยู่ที่ 14 วัน

5.3.4 กระบวนการผลิต

การผลิตสำหรับบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์นั้นคงเป็นการผลิตแบบการบริการเป็นหลัก ต้นทุนการผลิตจึงเป็นต้นทุนแรงงานโดยส่วนใหญ่ ซึ่งการบริการประกอบไปด้วย การจัดสินค้า การขาย และการขนส่งสินค้า รวมถึงบริการให้คำปรึกษากับลูกค้าที่ต้องการคำปรึกษาในการสร้างบ้าน หรือ แต่งเติมบ้านนั่นเอง

ในการผลิตสินค้าที่ใช้เครื่องจักรนั้น ทางบริษัทจะดำเนินการจัดทำสินค้าก็ต่อเมื่อ มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้วเท่านั้น ซึ่งการทำงานกลุ่มนี้จะเป็นงานสั่งทำตามแบบ ไม่มีการทำสินค้าไว้รอจำหน่าย เพื่อลดความเสียหายของสินค้าที่อาจเกิดขึ้นจากระยะเวลาของการขายสินค้า

5.3.5 การจัดการคลังสินค้า และระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ

การควบคุมคลังสินค้า จะเป็นการเช็คทุกวันด้วยตา และการจดบันทึกลงในสมุดสต็อก ซึ่งในอนาคตกำลังนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาเพื่อช่วยลดความผิดพลาดของการจัดการสินค้าคงเหลือ

ในการจัดเก็บสินค้านั้นบริษัทเราจัดเก็บสินค้าอยู่ 2 ที่คือที่โกดังด้านหลังบริษัทและโกดังของบริษัทนอกสถานที่ ซึ่งการเก็บสินค้าในโกดังนอกสถานที่จะเป็นสินค้าที่ใช้เวลายาวนานเป็นหลัก เช่น เหล็กโครงสร้างขนาดใหญ่ เป็นต้น

5.3.6 การขนส่งสินค้า

บริษัทมีรถขนส่งสินค้าให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการให้ทางร้านจัดส่ง เมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมกับระยะทางการจัดส่ง บริษัทจะทำการส่งสินค้าให้ฟรี แต่ถ้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สอดคล้องกัน ลูกค้าจะต้องชำระค่าขนส่งเองเพิ่มตามระยะทางของการจัดส่ง

การขนส่งสินค้ามายังบริษัทนั้นบริษัทใช้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนของท้องถิ่นเพื่อขนส่งสินค้าจาก กรุงเทพฯ หรือ พื้นที่อื่นมายังจังหวัดสุรินทร์

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน

5.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

5.4.1.1 หลักการจัดการสินทรัพย์ โดยสินทรัพย์ของบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ นั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเงินทุนจากผู้บริหาร เป็นเงินสดที่ผู้บริหารนำมาลงทุน กับส่วนที่ 2 คือเงินกู้จากธนาคาร โดยการจัดการโครงสร้างทางการเงิน แบ่งเป็น ระยะยาวและ ระยะสั้น

ระยะยาว จะเป็นการลงทุนในตัวโครงสร้าง สำนักงาน และยานพาหนะ รวมถึงการลงทุนเครื่องจักรที่กำลังเกิดขึ้น ก็ถือเป็นการลงทุนระยะยาวเช่นกัน ซึ่งในส่วนนี้จะใช้วงเงินในการกู้ยืมจากธนาคารที่ได้ทำไว้ก่อนแล้วซึ่งการบริหารหนี้สินนั้น ทางบริษัทได้เล็งเห็นถึงมูลค่าของที่ดินซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของบริษัท ที่มีมูลค่าสูงขึ้นในทุกปี และรายได้ของบริษัทที่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามเวลา จึงสามารถทำให้บริษัทกู้ยืม หรือ ขยายเวลา หรือ การขอสินเชื่อใหม่ได้ง่ายมากขึ้น

ระยะสั้น จะเป็นในส่วนของอุปกรณ์ วัสดุดิบที่นำมาจำหน่ายในบริษัท ในการลงทุนระยะสั้นนี้ ในส่วนนี้จะเป็นการใช้เงินสดที่บริษัทมีในการบริหารจัดการ เพื่อลดภาระหนี้สินของบริษัท และการใช้เงินสดในการจัดหาวัสดุดิบ ยังสามารถทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับคู่ค้าในเรื่องของราคาสินค้าได้อีกด้วย

5.4.1.2 การจัดทำงบกำไร ขาดทุน เพื่อให้ทราบถึงผลประกอบการ และการดำเนินงานของบริษัทในแต่ละปี การจัดทำงบนั้นจะเป็นการคำนวณ รายรับ รายจ่าย ของบริษัท เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทว่าดีหรือไม่

5.4.1.3 การปรับลดค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้นจากค่าแรงที่สูงขึ้น รวมถึงสินค้าอุปโภค บริโภค ที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุน และค่าใช้จ่ายของบริษัทมีอัตราที่สูงขึ้นทุกปี จึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดการลดต้นทุนในส่วนนี้ลง ซึ่งจะใช้วิธีการปรับโครงสร้างเงินเดือน สวัสดิการณ และ การบริโภคลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้นั่นเอง

5.4.2 แหล่งที่มาของเงินทุน มีแหล่งเงินทุนอยู่ 2 ส่วนคือ

5.4.2.1 เงินส่วนของผู้บริหาร

ผู้บริหารนำเงินสดและสินทรัพย์อย่างเช่นที่ดินมาลงทุน ทั้งในส่วนของที่ดินที่มีอยู่แล้ว ยานพาหนะ อุปกรณ์สำนักงาน วัตถุดิบสินค้าบางชนิด รวมถึงเงินสด เพื่อให้ดำเนินธุรกิจสามารถทำได้ตั้งแต่วันแรกที่สินค้าขายในบริษัท ในส่วนนี้สามารถนำไปต่อยอดในการจัดหาเงินทุนต่อไปได้ สินทรัพย์เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด

5.4.2.2 เงินจากการกู้

เพิ่มเงินกู้เพื่อทำให้บริษัทมีสภาพคล่อง ในการสั่งซื้อสินค้า และ และโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท เช่น โรงงาน สำนักงาน และโกดัง ซึ่งการกู้เงินนั้นใช้สินทรัพย์ที่ผู้บริหารมีเป็นตัวค้ำประกัน คือที่ดินที่มีมูลค่ากว่า 40 ล้านบาท โดยระยะเวลาการกู้และวงเงินขึ้นอยู่กับนโยบายของธนาคารเป็นผู้จัดแจง ยกตัวอย่างเช่นบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์จำกัดนั้น ได้ใช้ที่ดินเป็นสิ่งค้ำประกัน โดยได้รับเงินกู้ในวงเงินกว่า 30 ล้านบาท อายุของสัญญาอยู่ที่ 7 ปี และดอกเบี้ยร้อยละ 4 ซึ่งตรงตามนโยบายของรัฐที่ต้องการสนับสนุนธุรกิจ SME

5.4.3 การประมาณจุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน ในการลงทุนทุกการลงทุนนั้น เมื่อลงทุนแล้วจะต้องมีการประเมินจุดคุ้มทุนเป็นสิ่งแรกเสมอ ว่ากิจกรรมที่จะทำนั้นจะมีจุดคุ้มทุนในระยะสั้นหรือยาว และความเหมาะสมของระยะในการลงทุนนั้นเหมาะสมกับเราหรือไม่ นั่นเอง

โดยการประเมินได้ใช้ข้อมูลการการลงทุนมาประเมิน ควบคู่กับยอดขายที่ประมาณการ จะสามารถคืนทุนได้ ภายใน 1 ปี ถ้ามียอดขาย 150,000 บาทต่อวัน เพิ่มขึ้นจากเดิม 50,000 บาทต่อวัน (ข้อมูลอยู่ในตารางแนบท้าย)

5.4.4 การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน

ผลตอบแทนจากการลงทุนบริษัทคิดจากผลกำไรที่ได้จากการขายสินค้าแต่ละชนิด ซึ่งกำไรของสินค้าแต่ละชนิดนั้นไม่เท่ากัน แต่สามารถวัดได้จากยอดขายรวมในแต่ละเดือน แล้วหักลบกำไรขั้นต่ำคือ 10 เปอร์เซ็นต์ จากต้นทุนขาย ดังนั้นจะได้ผลกำไรแล้วจึงนำไปหักลบค่าใช้จ่าย แล้วนำมาหักเป็นเปอร์เซ็นต์ จึงจะได้ผลตอบแทนในการลงทุน

ในการลงทุนในส่วนของเครื่องจักรเพื่อขยายกิจการนั้น ได้ใช้วงเงินจากการลงทุนในช่วงแรกที่ยังคงเหลืออยู่มาลงทุนเพิ่ม ซึ่งในการลงทุนเครื่องจักรนี้ได้ใช้งบลงทุนไม่เกิน 5 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย เครื่องตัด เครื่องพับ เครื่องตัดพลาสติกพร้อมตัดแก๊ส และ เครื่องเจาะรู โดยการลงทุนนี้สามารถเพิ่มรายรับให้บริษัทได้เพิ่มขึ้น จาก 100,000 บาท เป็น 150,000 บาทต่อวัน ซึ่งจะเพิ่มรายรับให้แก่บริษัท เดือนละ $50,000 * 30 = 1,500,000$ ต่อเดือน คิดผลกำไรอยู่ที่ 30% จะได้กำไร 450,000 บาทต่อเดือน

5.4.5 การประเมินระยะเวลาคืนทุน

ระยะเวลาการคืนทุนนั้นคำนวณจากรายได้ และกำไรของบริษัทเป็นหลัก การลงทุนในส่วนของเครื่องจักรใช้งบประมาณ 5 ล้านบาท ซึ่งถ้าไม่หักค่าใช้จ่าย ในส่วนของกำไรข้างต้นที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน จะใช้เวลา 12 เดือนเพื่อคืนทุน ระยะเวลาการคืนทุนดังกล่าวคำนวณจากการขายในกรณีสถานการณ์ปกติ

การลงทุนเครื่องจักรในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายของรัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และการลงทุน ซึ่งสามารถนำไปลดหย่อนภาษี และ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการลงทุนได้นั่นเอง

5.4.6 งบประมาณกำไรขาดทุน และหนี้สิน

งบประมาณกำไรและขาดทุนใช้หลักการการคำนวณของ รายได้หักกับรายจ่ายของบริษัท จะได้กำไรของบริษัท หักหนี้สิน และ ส่วนของเจ้าของ จะได้กำไรสุทธิของบริษัท ซึ่งกำไรของบริษัทสามารถดูได้จากตาราง

งบประมาณเงินสด บริษัทมีนโยบายในการสำรองเงินสดไว้ใช้ในเวลาฉุกเฉิน ซึ่งสามารถสำรองจ่ายค่าสินค้า ค่าแรง และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ภายในบริษัทได้ประมาณ 6 เดือน เงินสดนี้สำรองมาจากผลกำไรของบริษัทที่หักออกมาทุกเดือนสำรองเพื่อกรณีฉุกเฉิน ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุนในส่วนของเครื่องจักร

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ลงทุนเครื่องจักร	5,000,000.00	5,000,000.00	-
วัตถุดิบ และ สินค้า	-	-	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	5,000,000.00	5,000,000.00	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน	100.00	100.00	-

จากการศึกษาตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่าในส่วนของเงินลงทุนเครื่องจักรได้ใช้เงินในส่วน
ของเจ้าของในการลงทุนทั้งหมด เพื่อลดภาระหนี้สินจากภาระหนี้เมื่อตอนเริ่มดำเนินธุรกิจออกจาก
การขยายธุรกิจในครั้งนี้ ทำให้สามารถเห็นถึงความชัดเจนของงบลงทุน และ ความคุ้มค่าในการลงทุน
ได้ชัดเจนมากขึ้น

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงยอดขาย

ตารางแสดง ยอดขายในส่วนของเครื่องจักร ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
รวมยอดขายต่อเดือน	1,500,000	1,575,000	1,653,750	1,736,438	1,823,259
รวมยอดขายต่อปี	18,000,000	18,900,000	19,845,000	20,837,250	21,879,113

อัตราการเพิ่มขึ้น 5.00%

สรุปยอดขายต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	18,000,000	18,900,000	19,845,000	20,837,250	21,879,113

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงการประมาณการ ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายในส่วนของเครื่องจักร

ต้นทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	12,600,000	13,230,000	13,891,500	14,586,075	15,315,379
ค่าบรรจุภัณฑ์	-	-	-	-	-
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่าย					
เบ็ดเตล็ด 2%	360,000	189,000	198,450	208,373	218,791
รวมต้นทุน	12,960,000	13,419,000	14,089,950	14,794,448	15,534,170

ของ

นโยบายคิดต้นทุนขาย 70% ยอดขาย

จากการศึกษาตารางที่ 5.3 ในส่วนของค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด จะเป็น ค่าไฟ ค่าสึกหรอของเครื่องจักร ประกันความเสียหาย เป็นต้น

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุนในส่วนของเครื่องจักร ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	18,000,000	18,900,000	19,845,000	20,837,250	21,879,113
หักต้นทุน	12,960,000	13,419,000	14,089,950	14,794,448	15,534,170
กำไรส่วนเกิน	5,040,000	5,481,000	5,755,050	6,042,803	6,344,943
กำไรก่อนการดำเนินงาน	5,040,000	5,481,000	5,755,050	6,042,803	6,344,943
กำไรก่อนหักภาษี	5,040,000	5,481,000	5,755,050	6,042,803	6,344,943
หัก ภาษีเงินได้ 20%	1,008,000	1,096,200	1,151,010	1,208,561	1,268,989
กำไรสุทธิ	4,032,000	4,384,800	4,604,040	4,834,242	5,075,954

*อัตราภาษีเงินได้ 20%

จากการศึกษาตารางที่ 5.4 พบว่า กำไรสุทธิในปีที่ 1 จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อวัน 50,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่าย หักภาษี จะได้กำไรต่อปี ประมาณ 4 ล้านบาท ซึ่งส่งผลให้การคืนทุนสามารถคืนทุนได้ภายในปีที่ 2 ที่ดำเนินงาน

ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	3.6	5.9	8.3	10.5	12.6
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	4.5	7.8	11.1	14.2	17.2

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินในการลงทุนในส่วนของเครื่องจักร

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.5	0.3	0.3	0.2	0.2
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	28.0	29.0	29.0	29.0	29.0
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	28.0	29.0	29.0	29.0	29.0
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	22.4	23.2	23.2	23.2	23.2
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	10,007,017.25				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	0.87				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.11				

จากการศึกษาตารางที่ 5.5 พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในหรือ IRR อยู่ที่ 0.87 หรือ 87 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่ามียอัตร่าที่เหมาะสมกับการลงทุน และ ยังทราบถึงเวลาคืนทุนของบริษัทซึ่งอยู่ที่ 1.11 ปี หรือ 1ปี2เดือน นั้นเอง

5.5 สรุปผล

จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์นั้นพบว่า จำนวนลูกค้าที่มาสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่ชอบในการมาซื้อสินค้าที่บริษัทของเรา ชื่นชอบในการบริการเป็นหลัก นอกจากสินค้าที่มีหลากหลายอยู่แล้ว นั้น การบริการถือเป็นสิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด และ ส่วนมากเห็นด้วยกับการลงทุนในส่วนของเครื่องจักรเพราะสามารถต่อยอดสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้นั้นเอง

5.5.1 ด้านการบริการ

ลูกค้ามากกว่าครึ่งให้คำชมกับการบริการของพนักงานขาย หรือ ผู้บริหารที่มีการตอบสนองต่อลูกค้าได้รวดเร็ว การตัดสินใจที่เร็ว และ การเข้าถึงของลูกค้าที่ดีทำให้เป็นจุดที่มดใจลูกค้าส่วนใหญ่ แต่ในส่วนของการพนักงานจัดสินค้า หรือ พนักงานหลังร้านนั้น ลูกค้ามีการตำหนิอยู่หลายราย ในเรื่องของมารยาทของพนักงานที่ควรปรับปรุง

5.5.2 ช่องทางการติดต่อ

การที่บริษัทนำช่องทางการติดต่ออย่างเช่น Line และ Facebook เข้ามาใช้ติดต่อกับลูกค้า นั้น ลูกค้าเกือบทั้งหมดชอบช่องทางดังกล่าว เพราะเมื่อทำการสั่งซื้อแล้วสามารถยืนยันการสั่งซื้อสินค้า หรือ การถ่ายรูปใบสั่งซื้อส่งกลับไปให้ดูได้นั้นทำให้ลดความผิดพลาดของการสั่งซื้อสินค้า และ เพิ่มความสะดวกสบายในการสอบถามสินค้าและบริการต่างๆโดยการส่งรูปให้ดูได้นั่นเอง

5.5.3 การลงทุนเพิ่ม

ปัจจุบันมีการลงทุนในเครื่องจักรแล้วบางส่วนแต่ยังขาดเหลือเครื่องจักรอยู่บางชนิดที่เมื่อนำมาแล้วจะช่วยให้การตัดแปงแผ่นนั้นสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งลูกค้าหลายคนเห็นด้วยกับสิ่งนี้ ประกอบกับการสังเกตการณ์ร้านค้าในจังหวัดสุรินทร์ทั้งหมด พบว่ายังไม่มีร้านค้าไหนบริการแบบนี้จึงมีความน่าลงทุนอย่างมาก

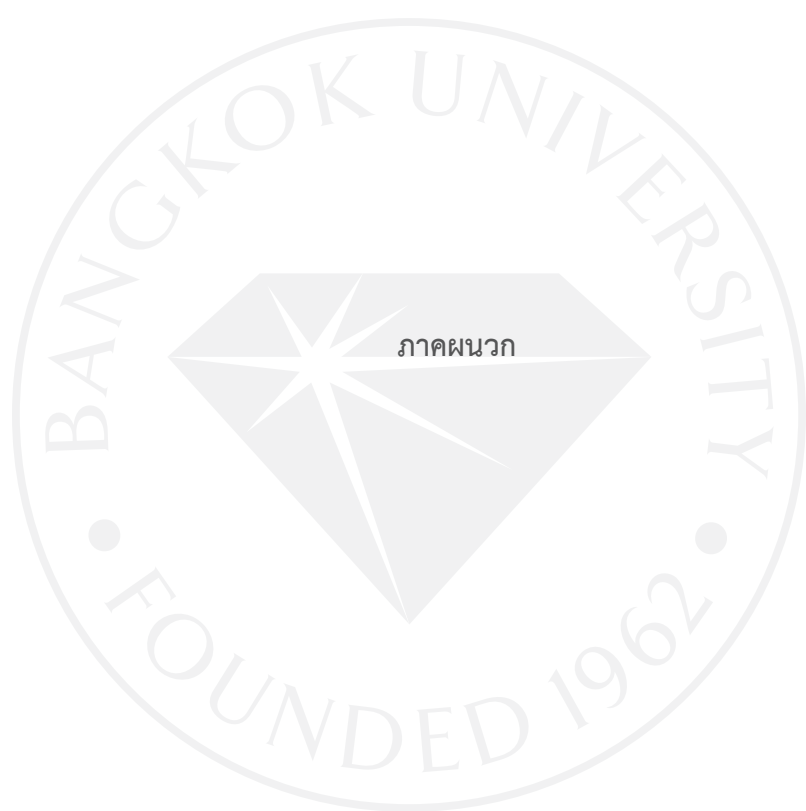
ประกอบกับงบการเงินที่อยู่ในตาราง พบว่า การลงทุนเครื่องจักรนั้นเป็นการลงทุนระยะยาวที่มีผลตอบแทนที่ดี และได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐจึงทำให้การลงทุนในเครื่องจักรนั้นเหมาะสมที่จะลงทุนอย่างยิ่ง

5.5.4 การจัดส่งสินค้าผ่านแดน

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าพบว่า การขนส่งสินค้าไปขายยังกัมพูชานั้นเป็นสิ่งที่น่าดำเนินการ เพราะความพึงพอใจในสินค้าไทยของลูกค้ากัมพูชามีสูงมาก เพราะสินค้าเราได้รับมาตรฐานและคุณภาพดี

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2560). *แนวโน้มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างปี 2560*. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-constructionmaterials>.
- กรมสรรพากร. (2559). *สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับธุรกิจ SMEs*. สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/47331.0.html>.
- คมชัดลึก. (2559). *ส่อง! ตลาดวัสดุก่อสร้างปี 60*. สืบค้นจาก <http://www.komchadluek.net/news/economic/252206>.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2559). *ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างปรับกลยุทธ์รุกและรับฝ่าเศรษฐกิจครึ่งปีหลัง 59*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/ConstructionMaterialStrategy.pdf>.
- บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด. (ม.ป.ป.). *ไทวัสดุ*. สืบค้นจาก <http://www.thaiwatsadu.com/index.html>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. สืบค้นจาก http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue.
- Library and Learning Center Bangkok University. (2012). *Online Database*. Retrieve from <http://ums.bu.ac.th/onlinedatabase/Index>.



แบบสัมภาษณ์ลูกค้า
บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด
IS – SMEs Bangkok University

1. สินค้าที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการหรือไม่ และขึ้น
 ขอบสิ่งใดเป็นพิเศษ เช่น เหล็ก สแตนเลส หรือ การบริการ ตัด พับ ตัดโค้ง

.....

.....

.....

2. มีสินค้าใดที่ลูกค้าสนใจเป็นพิเศษที่ต้องการให้บริษัทนำมาจำหน่ายหรือไม่ คืออะไร

.....

.....

.....

3. สินค้าที่จำหน่ายอยู่มีราคาที่เหมาะสมแล้วหรือไม่ คิดเห็นอย่างไร

.....

.....

.....

4. ปัจจุบันการบริการของบริษัทที่มีต่อลูกค้า นั้น ลูกค้าพึงพอใจหรือไม่ มีส่วนไหนต้องแก้ไข
 หรือไม่

a. ด้านการขาย

.....

.....

b. การจัดสินค้า

.....

.....

c. พนักงาน

.....

.....

d. ผู้บริหาร

.....

5. ปัจจุบันมีการใช้ Facebook, Line เข้ามาติดต่อกับลูกค้าเพิ่มเติม ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้นหรือไม่ และมีช่องทางไหนที่ลูกค้าอยากให้บริษัทเพิ่มเติมหรือไม่อย่างไร

.....

6. การที่บริษัทมีบริการเสริม เช่น ตัดเหล็ก ตัดเหล็ก พับเหล็ก เป็นต้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับใด และ มีความคิดเห็นอย่างไร

.....

7. ถ้าบริษัทนำเครื่องตัดเลเซอร์ที่สามารถตัดแผ่นเหล็ก สแตนเลส มาให้บริการเพิ่ม ลูกค้ามีความคิดเห็นอย่างไร เห็นด้วยหรือไม่

.....

8. ถ้าบริษัทมีการจัดส่งสินค้าไปกัมพูชา ลูกค้าคิดเห็นอย่างไร

.....

9. สิ่งที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบในการมาใช้บริการที่บริษัทของเรามีอะไรบ้าง

.....

ผลการสัมภาษณ์
ลูกค้า (ช่างและผู้รับเหมา)

คำถาม	ผลการสอบถาม
1. สินค้าที่บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการหรือไม่ และขึ้นชอบสิ่งใด เช่นเหล็ก สแตนเลส หรือ การบริการ ตัด พับ ม้วน ตัดโค้ง	<ul style="list-style-type: none"> - ตอบตรงตามความต้องการ 20 คน - เหล็ก15 คน สแตนเลส 13 คน ตัดพับม้วน ตัดโค้ง 10 คน - ลูกค้าบางส่วนมาใช้บริการการตัดพับม้วนอย่างเดียว
2. มีสินค้าใดที่ลูกค้าสนใจเป็นพิเศษที่ต้องการให้บริษัทนำมาจำหน่ายหรือไม่ คืออะไร	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าต้องการให้นำสินค้าตกแต่งบ้านมาจำหน่าย 3 คน - ต้องการให้นำสินค้าประเภทอลูมิเนียมมาจำหน่าย - นอกจากนั้นไม่มีที่ต้องการเพิ่มเติม
3. สินค้าที่จำหน่ายอยู่มีราคาที่เหมาะสมแล้วหรือไม่ คิดเห็นอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าที่ร้านมีราคาถูก 15 คน - นอกจากถูกแล้วจะต้องมีของแถมด้วย เช่น เสื่อ 2คน - เหล็กเส้นขายแพงกว่าคู่แข่ง 5 คน ซึ่งเป็นผู้รับเหมาทั้งหมด
4. ปัจจุบันการบริการของบริษัทที่มีต่อลูกค้า นั้น ลูกค้าพึงพอใจหรือไม่ มีส่วนไหนต้องแก้ไขหรือไม่	<ul style="list-style-type: none"> - พึงพอใจ 18 คน - ต้องการให้ควบคุมพนักงานให้ดีขึ้น 11 คน - พนักงานบริการไม่สุภาพ 5 คน - การให้บริการช้า 1 คน
5. ปัจจุบันมีการใช้ Facebook, Line เข้ามาติดต่อกับลูกค้าเพิ่มเติม ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้นหรือไม่ และมีช่องทางไหนที่ลูกค้าอยากให้บริษัทเพิ่มเติมหรือไม่อย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ Line ในการติดต่อกับบริษัท 19 คนได้รับความสะดวกทั้ง 19 คน - ช่องทางเฟซบุ๊กขาดการอัปเดต 2 คน

6. การที่บริษัทมีบริการเสริม เช่น ตัดเหล็ก ตัดเหล็ก พับเหล็ก เป็นต้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับใด และ มีความคิดเห็นอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบบริการเสริมดังกล่าว 15 คน - มีสินค้าใหม่ออกมาเพิ่มมากขึ้น 10 คน - ทำให้มีสินค้าหลากหลาย 5 คน - ตอบโจทย์ความต้องการ 5 คน
7. ถ้าบริษัทนำเครื่องตัดเลเซอร์ที่สามารถตัดแผ่นเหล็ก แผ่น สแตนเลส มาให้บริการเพิ่ม ลูกค้ามีความคิดเห็นอย่างไร เห็นด้วยหรือไม่	<ul style="list-style-type: none"> - เห็นด้วย 17 คน - สามารถตัดสินค้าตามขนาดได้ 14 คน - เครื่องตัดยังไม่มีการทำ 5 คน
8. ถ้าบริษัทมีการจัดส่งสินค้าไปกัมพูชา ลูกค้าคิดเห็นอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - เห็นด้วย 2 คนเป็นผู้รับเหมา ที่รับงานทางฝั่งกัมพูชาอยู่ - ไม่ได้ทำงานฝั่งกัมพูชา 16 คน - อยากให้ขนส่งไปถึงด่านผ่านแดน 5 คน
9. สิ่งที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบในการมาใช้บริการที่บริษัทของเรามีอะไรบ้าง	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบที่บริหารโดยเจ้าของธุรกิจโดยตรง 15 คน - พนักงานบริการได้รวดเร็ว 10 คน - บริการส่งสินค้าวันต่อวัน 5 คน

การสังเกตการณ์ร้านค้า

การสังเกตการณ์ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นเพื่อเป็นการศึกษาสภาพตลาดและคู่แข่งทางตรงของบริษัทที่อยู่ในเขตพื้นที่เดียวกัน โดยทำการสังเกตจำนวน 2 ร้านค้า คือ บริษัทสุรินทร์เฟอร์นิเจอร์ จำกัด และ ไทวัสดุ สาขาสุรินทร์ ทั้งสองร้านค้านี้อยู่ห่างจากบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด ประมาณ 1-2 กิโลเมตร ซึ่งถือว่าทั้งสองร้านนั้นเป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัท จึงทำให้การสังเกตการณ์ครั้งนี้เป็นการวางแผนการแข่งขันในอนาคตอีกด้วย

โดยการสังเกตการณ์นั้นสังเกตจาก 1) รูปแบบของร้านค้า 2) ระบบการขาย และ ชำระเงิน 3) สินค้าที่จำหน่าย 4) บริการ 5) การส่งเสริมการขาย

คำถาม	ชื่อร้าน	
	บริษัท สุรินทร์เฟอร์นิเจอร์ จำกัด	ไทวัสดุ สาขาสุรินทร์
1) รูปแบบของร้านค้า	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทขนาดกลาง มีพนักงาน 20 -50 คน มีที่จอดรถ 	<ul style="list-style-type: none"> กิ่งห้างห้างร้านค้า พนักงาน 50 – 100คน เป็นห้างร้านขนาดใหญ่ มีที่จอดรถกว้างขวาง
2) ระบบการขาย และชำระเงิน	<ul style="list-style-type: none"> มีระบบสมาชิก สะสมแต้ม แลกของรางวัล ชำระเงินได้ทั้ง เงินสด และ เครดิต 	<ul style="list-style-type: none"> มีระบบสมาชิก สะสมแต้ม แลกของรางวัล ชำระเงินได้ทั้ง เงินสด และ เครดิต
3) สินค้าที่จำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> จำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ห้อง WINNER, เหล็กรูปพรรณ, อลูมิเนียม, สแตนเลส และ อุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์หลายชนิด 	<ul style="list-style-type: none"> จำหน่าย เหล็ก ปูน หลังคา ประตู ฮาร์ดแวร์ สี ไฟฟ้า ประปา กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ครุฑ ตกแต่งบ้าน
4) บริการ	<ul style="list-style-type: none"> บริการส่งสินค้า ขึ้นสินค้า บริการติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ บริการตัดท่อ ใค้งท่อ 	<ul style="list-style-type: none"> บริการจัดส่งสินค้า
5) การส่งเสริมการขาย	<ul style="list-style-type: none"> สะสมแต้มถึงสิ้นปีแลกทอง ปล่อยเครดิตให้กับลูกค้า 7-15 วัน ที่เป็นรายย่อย พร้อมบวกดอกเบี้ย 	<ul style="list-style-type: none"> โปรโมชั่น 0 เปอร์เซ็นต์ กับบัตรเครดิต สินค้าลดราคาตลอดทั้งปี



จากการสังเกตการณ์พบว่า ทั้งสองบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าและรูปแบบที่แตกต่างกันแต่มีสินค้าบางประเภทที่เหมือนกันซึ่งถือเป็นคู่แข่งทางอ้อมซึ่งกันและกัน แต่ทั้งสองบริษัทนั้นจำหน่ายสินค้าที่บริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ มีจำหน่ายอยู่แล้ว ซึ่งทั้งสองบริษัทจึงถือเป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัทสุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์

ซึ่งการศึกษาทำให้ทราบว่าบริษัทสุรินทร์เฟอร์นิเจอร์มีการลอกเลียนแบบสินค้าและบริการที่บริษัทของเราทำ เพราะการลงทุนในเรื่องของการตัดโค้งเหล็กนั้น บริษัทเราทำเป็นที่แรก แต่เพราะความที่บริษัทของเราทำก่อนจึงทำให้มีชื่อเสียงในด้านนี้และยังเป็นจุดขายของบริษัทของเรา

การที่บริษัทของเราจำหน่ายสินค้าเฉพาะเงินสดและการโอนเงินสดเท่านั้น ทำให้มีข้อเสียเปรียบในการแข่งขันด้านการผ่อนชำระ หรือ การใช้บัตรเครดิต กับร้านค้าอย่างเช่นไทวัสดุ แต่การที่เราขายสินค้าเงินสดทำให้สามารถทำการขายด้วยราคาที่ถูกลงได้ เพราะเรามีส่วนลดจากการซื้อสินค้าด้วยเงินสด

การจัดส่งสินค้านั้นเรามีบริการจัดส่งวันต่อวันซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบด้านการบริการที่บริษัทอื่นจะต้องรอรอบการจัดส่งถึงจะสามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้

จากการสังเกตการณ์โดยรวมทำให้ทราบว่า การจำหน่ายสินค้าแบบเดิมอาจไม่เพียงพอต่อสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน ซึ่งการลงทุนเครื่องจักรเพิ่มเติมจะเป็นการเพิ่มจุดขายและบริการที่สามารถตอบโต้ภัยการแข่งขันภายในพื้นที่ได้นั่นเอง

บทสรุปผู้บริหาร

จากสถานการณ์ปัจจุบันด้านการแข่งขันของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งทำให้บริษัท สุรินทร์สตีลเซ็นเตอร์ของเรานั้น พบกับปัญหาการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงทำให้ต้องตัดสินใจในการขยายธุรกิจ และ ลงทุนในหลายส่วนเพิ่มเติมเพื่อจัดหาสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาจำหน่ายในบริษัท และ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้า หรือ วัตถุดิบ มากยิ่งขึ้น

ในการลงทุนขยายกิจการได้คำนึงถึงสถานที่ตั้งของบริษัทแห่งใหม่ซึ่งศึกษาจากแผนการขยายตัวของจังหวัดทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งได้ข้อมูลมาจากสภาพัฒน์จังหวัดสุรินทร์ และ หอการค้าจังหวัดสุรินทร์ พบว่าพื้นที่ที่ทางบริษัทมีอยู่แล้วสอดคล้องกับแนวทางการขยายตัวของเมืองและถนนที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งตอบโจทย์ในการลงทุนเพราะพื้นที่ที่บริษัทมีอยู่นั้นอยู่ในเส้นทางของการขยายตัวของเมืองและมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้นบนเส้นทางดังกล่าว ดังนั้นพื้นที่นี้จึงเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการขยายกิจการออกมาจากตัวเมือง

หลังจากการลงทุนตั้งบริษัทใหม่แล้วการขายสินค้าแบบเดิมไม่ใช่สิ่งที่ตอบโจทย์การลงทุน บริษัทจึงเพิ่มการลงทุนในเครื่องจักรเพื่อเพิ่มสินค้า และ สายงานการผลิตของสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น กล่าวคือสามารถทำสินค้าตามสั่งของลูกค้าได้ และสามารถทำสินค้าที่มีความซับซ้อนรวมถึงนำวัตถุดิบมาตัดแปรงเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งการลงทุนในส่วนนี้สามารถทำให้บริษัทเราเพิ่มยอดขายต่อวันได้มากขึ้นจนสามารถตอบโจทย์การลงทุนทั้ง 2 ส่วนได้อย่างรวดเร็วและคุ้มค่ามากที่สุด

การลงทุนทั้งสองส่วนข้างต้นสามารถตอบโจทย์การลงทุนได้แต่สภาพการแข่งขันทางธุรกิจภายในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์นั้นมีการแข่งขันด้านราคาสินค้าที่รุนแรงเป็นอย่างมาก เพราะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์นั้นสร้างแรงดึงดูดให้กับร้านค้าขนาดใหญ่ เช่น ไทวัสดุ ดุโฮม โกลบอลเฮ้าส์ เป็นต้น เข้ามาลงทุนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ จึงทำให้สภาพการแข่งขันทั้งด้านราคาและการส่งเสริมการขายที่ร้านค้าขนาดใหญ่จะได้เปรียบร้านค้าขนาดกลางแบบเรา บริษัทเราจึงมองไปถึงตลาดแห่งใหม่ คือ ฟังก์กัมพูชา ที่การลงทุนและการเจริญเติบโตของกำลังอยู่ในช่วงพัฒนา และความต้องการของสินค้ายังไม่หลากหลายเท่าพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ กล่าวคือ สินค้าที่เคยจำหน่ายในท้องที่จังหวัดสุรินทร์จะได้รับความนิยมจากฟังก์กัมพูชา เพราะวัฒนธรรมของทางฝั่งสุรินทร์ได้เข้าไปมีอิทธิพลกับความต้องการสินค้าของทางฟังก์กัมพูชา จากตัวอย่าง ของสินค้าอย่างเช่นประตูที่ทำจาก อัลลอยด์ เมื่อสิบปีที่ผ่านมาได้รับความนิยมอย่างมากในท้องที่จังหวัดสุรินทร์ และ ปัจจุบันเริ่มนิยมมากขึ้นจากลูกค้าจากฟังก์กัมพูชา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความนิยมของสินค้าทางฟังก์กัมพูชานั้นได้ตามความนิยมทางฝั่งไทยนั่นเอง

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : อภิชน ดำรงสันติสุข
- อีเมล : apichon.damr@gmail.com
- ประวัติการศึกษา : ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อธิชน ดำรงสันติสุข อยู่บ้านเลขที่ 10911-2
ซอย..... ถนน นลิกบัว๑๑ ตำบล/แขวง 9นบเมือง
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด สุรินทร์ รหัสไปรษณีย์ 32000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590200395
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิศวกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ 66แผนธุรกิจ บริษัท สุรินทร์ สตีล เซ็นเตอร์ จำกัด

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถดำเนินงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ อภิชน ดำรงสันติสุข ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายอภิชน ดำรงสันติสุข)

ลงชื่อ S.M. ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ K- พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ กต. พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร